

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Měření spokojenosti zaměstnavatelů se službami úřadu práce
The Measurement of Employer's Satisfaction with Services of the Employment Office

Student: Petra Pustějovská
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Markéta Zajarošová

Ostrava 2009

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně. Přílohu č. 3, 4, dané mi k dispozici, jsem samostatně doplnila.“

V Ostravě dne 7. května 2009

Petra Pustějovská

Touto cestou bych ráda vyjádřila své poděkování vedoucí mé bakalářské práce Ing. Markétě Zajarošové za konzultace, její cenné rady a připomínky, rovněž za čas a úsilí při odborném vedení mé práce.

Dále děkuji zaměstnancům Úřadu práce v Novém Jičíně za konzultace, objasnění dané problematiky a také za vstřícný přístup.

Obsah

1	ÚVOD	1
2	CHARAKTERISTIKA ÚŘADU PRÁCE V NOVÉM JIČÍNĚ	2
2.1	Základní údaje o úřadu práce	2
2.2	Právní forma a předmět činnosti	2
2.3	Současnost úřadu práce	3
2.4	Služby a činnosti úřadu práce.....	3
2.5	Dislokovaná pracoviště Úřadu práce v Novém Jičíně.....	4
2.6	Institut trhu práce	4
2.7	Analýza trhu Úřadu práce v Novém Jičíně	5
2.7.1	Vymezení trhu	5
2.7.2	Konkurence	5
2.7.3	Marketingoví zprostředkovatelé.....	6
2.7.4	Finanční zprostředkovatelé	6
2.7.5	Veřejnost	6
2.7.6	Zákazníci	7
2.8	Analýza makroprostředí Úřadu práce v Novém Jičíně	8
2.8.1	Demografické prostředí.....	8
2.8.2	Ekonomické prostředí	8
2.8.3	Politicko-právní prostředí.....	10
2.8.4	Přírodní prostředí.....	11
2.8.5	Technologické prostředí	11
2.8.6	Sociálně-kulturní prostředí	11
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA MĚŘENÍ SPOKOJENOSTI.....	12
3.1	Zákazník	12
3.1.1	Orientace na zákazníky	12
3.1.2	Řízení vztahu se zákazníky	12
3.1.3	Hodnota zákazníka	13
3.2	Služby.....	13
3.2.1	Definice služeb	13
3.2.2	Hodnota služeb	13
3.3	Kvalita služeb.....	14
3.3.1	Definice kvality	14

3.3.2	Hodnocení kvality služeb	14
3.3.3	Koncepce hodnoty zákazníka v oblasti služeb	14
3.4	Výzkum spokojenosti zákazníků v oblasti služeb	15
3.5	Spokojenost zákazníka	15
3.6	Nespokojený zákazník	16
3.7	Měření spokojenosti zákazníka	16
3.8	Marketingový výzkum a veřejné služby	17
4	METODIKA VÝZKUMU	18
4.1	Přípravná fáze	18
4.1.1	Cíl marketingového výzkumu	18
4.1.2	Hypotézy	18
4.1.3	Dotazník	19
4.1.4	Pilotáž	19
4.1.5	Zdroje informací	20
4.1.6	Metoda výzkumu	20
4.1.7	Časový harmonogram	20
4.2	Realizační fáze	21
4.2.1	Sběr dat	21
4.2.2	Zpracování shromážděných údajů	22
5	ANALÝZA VÝSLEDKŮ VÝZKUMU	23
5.1	Vyhodnocení výsledků výzkumu	23
5.1.1	Využití služeb úřadu práce	23
5.1.2	Frekvence využívání služeb úřadu práce	24
5.1.3	Využívané služby úřadu práce	24
5.1.4	Splnění požadavku úřadem práce	26
5.1.5	Způsob komunikace s úřadem práce	27
5.1.6	Spokojenost s komunikací se zaměstnanci úřadu práce	28
5.1.7	Míra spokojenosti s jednotlivými faktory	29
5.1.8	Hodnocení nejdůležitějších faktorů úřadu práce	31
5.1.9	Důvod výběru zaměstnance z úřadu práce	32
5.1.10	Hodnocení dovedností zaměstnanců přijatých z úřadu práce	32
5.1.11	Využití služeb úřadu práce, resp. rekvalifikace zaměstnanců	34
5.1.12	Důvod využití rekvalifikace zaměstnanců	35
5.1.13	Nabídka práce čerstvým absolventům škol vedených v evidenci úřadu práce	35

5.1.14	Možnosti, které by zaměstnavatelé uvítali jako součást služeb úřadu práce....	37
5.1.15	Postavení úřadu práce na trhu práce v Moravskoslezském kraji.....	37
5.1.16	Největší problémy rostoucí nezaměstnanosti	38
5.1.17	Jiné způsoby hledání vhodného zaměstnance	39
5.1.18	Obor podnikání zaměstnavatele	40
5.1.19	Zaměstnavatel.....	40
5.2	Vyhodnocení hypotéz.....	41
5.3	Návrhy a doporučení	42
6	ZÁVĚR.....	47
	Seznam použité literatury	48
	Seznam zkratk	51
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce.....	53
	Přílohy	54

1 Úvod

Tématem mé bakalářské práce je měření spokojenosti zaměstnavatelů se službami úřadu práce. V dnešní době je nezbytné znát spokojenost svých klientů, a proto jsem se rozhodla zaměřit svou pozornost na trh práce.

Trh práce je jedním z důležitých faktorů tržního hospodářství, na němž se také pohybují úřady práce. A právě od úrovně spokojenosti s prací, jak poskytovanou, tak nabízenou se odvíjí řada dalších faktorů důležitých pro celou společnost. Souvisí to zejména s výši nezaměstnanosti, která se stala v posledních letech stále diskutovanějším tématem.

Existence úřadu práce pomáhá mnohým zaměstnavatelům s požadavky, prostřednictvím kterých uspokojují své potřeby. Jedná se o pracovní kapitál, jenž je jako výrobní faktor nezastupitelný při výrobě statků či poskytování služeb.

Zaměstnavatelé se svými stále náročnějšími požadavky kontaktují úřad práce, který jako státní instituce nabízí možnost široké spolupráce v oblasti zaměstnanosti. Avšak i přesto, že je škála těchto služeb rozsáhlá, mnoho zaměstnavatelů se na úřad práce jako na zprostředkovatele práce obrací již s nedůvěrou.

Při zpracování bakalářské práce jsem spolupracovala s Úřadem práce v Novém Jičíně, neboť jsem se zaměřila na zaměstnavatele z Nového Jičína a jeho blízkého okolí.

Cílem mé práce je analyzovat spokojenost zaměstnavatelů se službami, které jim Úřad práce v Novém Jičíně poskytuje. Pomocí vhodné metody provedu analýzu spokojenosti a zjistím názory a postoje jednotlivých zaměstnavatelů k této problematice. Posléze definuji faktory, které jsou pro zaměstnavatele nedostačující a doporučím či navrhnou řešení směřující ke zvýšení spokojenosti a frekventovanější spolupráci s úřadem práce.

2 Charakteristika Úřadu práce v Novém Jičíně

V této kapitole se budu zabývat představením Úřadu práce v Novém Jičíně, jeho současnou činností, službami a činnostmi, analýzou jeho trhu a makroprostředí.

2.1 Základní údaje o úřadu práce

Úřad práce v Novém Jičíně je správním úřadem, který vykonává státní správu v oblasti státní politiky zaměstnanosti v České republice s cílem dosáhnout plné zaměstnanosti a chránit proti nezaměstnanosti. [30]

Ve svém správním obvodu zabezpečuje státní politiku zaměstnanosti, výkon státní správy na úseku státní sociální podpory, výkon agendy lékařské posudkové služby a další úkoly vyplývající ze zvláštních právních předpisů. [26]

Správní obvody úřadů práce jsou shodné s územními obvody okresů. Správním obvodem Úřadu práce hlavního města Prahy je území obvodů hlavního města Prahy. [30]

Obr. 2.1: Úřad práce v Novém Jičíně



Zdroj: [26]

2.2 Právní forma a předmět činnosti

Úřad práce v Novém Jičíně sídlí v ulici Msgr. Šrámka 1030/8 v Novém Jičíně. Vznikl 9. 10. 1990 jako organizační složka státu s právní subjektivitou, která nepodléhá zápisu do obchodního rejstříku. Bylo mu přiděleno identifikační číslo 00 56 27 00. Daňové identifikační číslo úřadu práce přiděleno nebylo, jelikož není plátcem DPH. [26]

Byl založen zakládací listinou k zabezpečení státní politiky zaměstnanosti v regionu. Zřizovatelem je Česká republika - Ministerstvo práce a sociálních věcí v Praze. [26]

Statutárním orgánem je ředitel úřadu práce (dále jen ÚP), který stojí v čele ÚP, jehož jmenování a odvolání se řídí zvláštním právním předpisem. [30] Ve věcech majetkové a finanční povahy a tam, kde to stanoví zákon, jedná navenek jménem České republiky. [26]

Předmět činnosti úřadu práce je stanoven zákonem č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti, ve znění pozdějších předpisů; zákonem č. 117/1995 Sb., o státní sociální podpoře, ve znění pozdějších předpisů a zákonem č. 118/2000 Sb., o ochraně zaměstnanců při platební neschopnosti zaměstnavatele, ve znění pozdějších předpisů. [26]

2.3 Současnost úřadu práce

Státní politika zaměstnanosti je na českém trhu práce vytvářena a realizována Ministerstvem práce a sociálních věcí (dále jen MPSV), které se rozhoduje na základě informací podávaných úřady práce a Českým statistickým úřadem (dále jen ČSÚ) na základě výběrového šetření pracovních sil. [12]

Úřad práce v rámci své působnosti zpracovává koncepci vývoje zaměstnanosti, soustavně sleduje a vyhodnocuje situaci na trhu práce a přijímá opatření na ovlivnění poptávky a nabídky práce ve svém správním obvodu. [26] Za tím účelem spolupracuje s koordináčními úřady práce a může vyžadovat od zaměstnavatelů informace o jejich záměrech ve vývoji zaměstnanosti, spolupracuje se správními úřady, územními samosprávnými celky, orgány sociálního zabezpečení, orgány státní zdravotní správy, zaměstnavateli a dalšími subjekty podle zvláštních právních předpisů při tvorbě a realizaci opatření souvisejících s rozvojem trhu práce a se zaměstnaností. [30]

Kromě jiného každé pololetí úřad práce zpracovává údaje o zaměstnanosti od významných zaměstnavatelů v okrese. Sběr potřebných dat je realizován dotazníkem, rozesílaným jednotlivým zaměstnavatelům. [28]

Místní příslušnost úřadu práce se řídí místem, ve kterém je nebo má být zaměstnání vykonáno, pokud zákon nestanoví jinak. [30]

2.4 Služby a činnosti úřadu práce

Úřad práce slouží všem občanům, osobám se zdravotním postižením, uchazečům o zaměstnání, zájemcům o zaměstnání, zaměstnavatelům a cizincům. V tomto pododdíle se zaměřím především na služby a činnosti ÚP určené pro zaměstnavatele. Úřad práce:

- poskytuje poradenské a informační služby v oblasti pracovních příležitostí;
- vyhledává na volná pracovní místa uchazeče o zaměstnání a zájemce o zaměstnání;

- poskytuje informace a poradenství v otázkách spojených se zaměstnáváním osob se zdravotním postižením;
- poskytuje příspěvek na podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením a spolupracuje při vytváření a přizpůsobování pracovních míst a pracovních podmínek pro osoby se zdravotním postižením;
- vydává povolení k získávání zaměstnanců ze zahraničí na volná pracovní místa.

Dále může úřad práce v rámci aktivní politiky zaměstnanosti poskytnout příspěvek na vytvoření pracovních příležitostí v rámci veřejně prospěšných prací; příspěvek na společensky účelná pracovní místa; příspěvek na dopravu zaměstnanců; příspěvek při přechodu na nový podnikatelský program; příspěvek na vytvoření chráněného pracovního místa a na provoz chráněného pracovního místa; příspěvek na vytvoření chráněné pracovní dílny a na provoz chráněné pracovní dílny; úhradu nákladů rekvalifikace prováděné v zájmu dalšího pracovního uplatnění jejich zaměstnanců a úhradu nákladů na přípravu k práci osob se zdravotním postižením v rámci jejich pracovní rehabilitace. [25]

2.5 Dislokovaná pracoviště Úřadu práce v Novém Jičíně

Úřad práce v Novém Jičíně má čtyři dislokované pracoviště, případně pobočky. Jedná se o Bílovec, Frenštát pod Radhoštěm, Kopřivnice a Odry.

Občané (firmy) se evidují na Úřadu práce v Novém Jičíně a jeho pobočkách podle správního obvodu, ve kterém mají své trvalé bydliště (místo podnikání). Přesné vymezení správních obvodů je uvedeno na Integrovaném portálu MPSV¹. [29]

2.6 Institut trhu práce

Projekt Institut trhu práce (dále jen ITP), který se zaměřuje na zkvalitnění, rozšíření, prohloubení služeb zaměstnanosti a zlepšení jejich dostupnosti nejen pro uchazeče a zájemce o práci, ale také pro zaměstnavatele, byl zahájen ve vybraných krajích ČR v roce 2006.

¹ Zaměstnanost. Územní působnost poboček ÚP. Integrovaný portál MPSV [online]. 2002 – 2008, [cit. 2009-03-17]. Dostupný z WWW: <http://portal.mpsv.cz/sz/local/nj_info/spadovostdip>.

Iniciátorem projektu je MPSV. Spolu s dalšími partnery, kterými jsou vybrané úřady práce, Hospodářská komora ČR a Národní vzdělávací fond, usiluje o zvyšování kapacity a zkvalitnění služeb zaměstnanosti tím, že prověřují potřeby a možnosti rozšíření služeb zaměstnanosti o poradenství pro zaměstnavatele prostřednictvím Hospodářské komory ČR a rozšíření individuálního přístupu k uchazečům, zájemcům o zaměstnání i k zaměstnavatelům ze strany úřadů práce.

Vybudováním projektu ITP a prostřednictvím nově zřízeného uceleného informačního systému, který bude rozšířen o manažerskou nadstavbu, chce MPSV ČR zvýšit efektivitu práce veřejných služeb zaměstnanosti a zmodernizovat jejich stávající systém.

Mezi očekávané přínosy ITP patří zvýšení odborné kapacity služeb zaměstnanosti a individuální přístup ke klientovi; významné rozšíření služeb poskytovaných zaměstnavatelům podle jejich aktuálních potřeb; vytvoření podmínek pro spolupráci se sociálními partnery, samosprávami a spolupracujícími organizacemi a další přínosy.

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem (dále jen ESF) a státním rozpočtem České republiky. [22]

2.7 Analýza trhu Úřadu práce v Novém Jičíně

2.7.1 Vymezení trhu

Úřad práce působí na trhu jako správní úřad s působností zejména v oblasti zaměstnanosti. ÚP se pohybuje na trhu práce, jenž je souhrnem nabídky a poptávky po pracovních příležitostech. Je vhodným zprostředkovatelem práce a poskytuje v době nezaměstnanosti pomoc prostřednictvím podpory v nezaměstnanosti.

Nejdůležitější postavení na trhu práce má MPSV a úřady práce, které jako organizační složky státu podléhají MPSV. Právě ty soustavně sledují a vyhodnocují situaci na trhu práce, dále zpracovávají programy a opatření, která pomáhají řešit pracovní uplatnění uchazečů o zaměstnání.

2.7.2 Konkurence

Úřady práce nemají na trhu práce konkurenci. Jedná se o státní instituci, která má jedinečné postavení a z důvodu jejího nezbytného postavení na trhu práce ani není možné,

aby konkurence ÚP existovala. Na trhu práce se však vyskytují agentury práce. Ty nejsou konkurencí ÚP, ale můžeme je definovat jako doplňující instituci na trhu práce.

2.7.3 Marketingoví zprostředkovatelé

Prostředníci

Úřad práce v Novém Jičíně působí nejen v Novém Jičíně, ale své služby nabízí také ve svých pobočkách v okolních obcích. Pobočky, které patří pod působnost ÚP v Novém Jičíně, vznikly zejména z toho důvodu, aby občanům a zaměstnavatelům byly blíže a umožnily jim navštívit pobočku v obci, ve které má občan trvalé bydliště či firma sídlo podnikání.

Agentury marketingových služeb

Marketingové činnosti úřadu práce má na starost MPSV v Praze. To spolupracuje s reklamními agenturami a designérskými firmami. Prostřednictvím reklamních agentur a na základě požadavků MPSV vzniklo logo a reklamní image ÚP. Dále prostřednictvím specializovaných agentur pro public relations (popř. také prostřednictvím Institutu trhu práce) se zjišťují informace o veřejnosti.

Obr. 2.2: Logo úřadu práce



Zdroj: [23]

2.7.4 Finanční zprostředkovatelé

Úřad práce je financován z prostředků státního rozpočtu ČR, prostřednictvím MPSV. Dalším finančním zdrojem je ESF, jenž pomáhá realizovat Evropskou strategii zaměstnanosti. [20]

2.7.5 Veřejnost

Finanční veřejnost

ÚP je státní institucí, která je naprosto nezbytná pro existenci rovnováhy na trhu práce. Tato instituce je financována státem prostřednictvím státního rozpočtu nebo ESF.

Sdělovací prostředky

ÚP se snaží pozitivně působit na veřejnost v Novém Jičíně a v celém jeho okrese. Prostřednictvím médií, především internetového portálu MPSV a novinových článků, poskytuje informace o tom, co může ÚP lidem nabídnout, popř. o co mohou lidé požádat ÚP.

Místní veřejnost

Úřady práce na základě aktivní politiky zaměstnanosti (dále jen APZ) podporují vznik nových pracovních míst a podporu podnikatelů na začátku jejich činnosti, dále nabízí rekvalifikace nebo školení nových i stávajících zaměstnanců.

Všeobecná veřejnost

Úřad práce si buduje image, kterou všeobecná veřejnost určitým způsobem vnímá. ÚP má vedoucí postavení na trhu práce a nabízí kromě zprostředkování práce i další služby v oblasti veřejných služeb.

Vnitřní veřejnost

Vnitřní veřejnost úřadu práce je tvořena bývalými a stávajícími zaměstnanci tohoto správního úřadu.

Vláda a parlament

Úřad práce, jako organizační složka státu, se řídí právními předpisy a zajišťuje pomoc občanům a zaměstnavatelům s cílem dosáhnout plné zaměstnanosti a chránit proti nezaměstnanosti.

2.7.6 Zákazníci

Koneční spotřebitelé

Konečnými spotřebiteli zde rozumíme osoby, kterým je na území ČR zprostředkován pracovní poměr, poskytnuta podpora v nezaměstnanosti, rekvalifikace a mnoho dalších služeb, které úřad práce nabízí.

2.8 Analýza makroprostředí Úřadu práce v Novém Jičíně

2.8.1 Demografické prostředí

K 20. 8. 2008 činila výše světové populace 6 720 125 767 lidí². Podle výsledků předběžné statistické bilance měla Česká republika k 30. 9. 2008 10 447 157 obyvatel. K 31. 12. 2007 žije v České republice dle složení obyvatelstva z hlediska pohlaví 5 298 196 žen a 5 082 934 mužů³. Žen je tedy o 215 262 více než mužů. Podle posledního sčítání lidu, které proběhlo k 1. 3. 2001, žije v okrese Nový Jičín a okolí 159 925 osob⁴.

K roku 2006 bylo podle ČSÚ evidováno 1 896 670 fyzických osob a 513 330 právnických osob z celkového počtu 2 410 000 ekonomických subjektů po celém územím České republiky⁵. V roce 2000 bylo evidováno zhruba 2 050 000 ekonomických subjektů, v roce 2006 se počet těchto subjektů rapidně zvýšil až na zhruba 2 410 000 subjektů. Počet ekonomických subjektů vykazuje trvale rostoucí tendenci. Oproti roku 2000 se snížil počet fyzických osob z 81,93 % na 78,7 %, naopak počet právnických osob se zvýšil z 18,07 % na 21,3 %. Počet právnických osob se stále zvyšuje, v posledních letech zejména v dopravě a ve službách. Zatímco počet fyzických osob se snižuje, největší pokles fyzických osob se zaznamenal ve stavebnictví.

Mohu konstatovat, že potencionálními zákazníky Úřadu práce v Novém Jičíně budou všechny právnické a fyzické osoby v okrese Nový Jičín a okolí.

2.8.2 Ekonomické prostředí

Poptávku po práci u úřadu práce bude ovlivňovat především inflace, výše spotřebitelských cen, důchody a míra nezaměstnanosti.

² Seznam států světa podle počtu obyvatel. Wikipedia. 2009, cit [2009-03-08]. Dostupné z WWW: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_st%C3%A1t%C5%AF_sv%C4%9Bta_\(podle_po%C4%8Dtu_obyvatel\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_st%C3%A1t%C5%AF_sv%C4%9Bta_(podle_po%C4%8Dtu_obyvatel))>.

³ Zaostřeno na ženy a muže. Obyvatelstvo a rodiny a domácnosti. Český statistický úřad [online]. 2009, [cit. 2009-03-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/kapitola/1413-08-10>>.

⁴ Sčítání lidu, domů a bytů 2001. Vývoj počtu obyvatel. Český statistický úřad [online]. 2003, [cit. 2009-03-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/kraje/ov/publika/2003/812203/data/2.htm#2>>.

⁵ Demografie podniků v ČR. Vývoj počtu ekonomických subjektů. Český statistický úřad [online]. 2008, [cit. 2009-03-08]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/390022243C/\\$File/11400801-1.pdf](http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/390022243C/$File/11400801-1.pdf)>.

Inflace a spotřebitelské ceny

Míra inflace, vyjádřená přírůstkem průměrného indexu spotřebitelských cen za posledních 12 měsíců proti průměru předchozích 12 měsíců, byla v únoru 2009 5,4 %⁶.

Celková hladina spotřebitelských cen vzrostla v únoru proti lednu o 0,1 %. Meziměsíční růst spotřebitelských cen způsobilo jejich zvýšení zejména v oddíle doprava. [21] S rostoucí inflací porostou i ceny výrobků a služeb, to povede k tomu, že zaměstnavatelé buď sníží platy zaměstnanců či začnou propouštět.

Důchody

Ve 4. čtvrtletí 2008 činila průměrná hrubá měsíční nominální mzda 25 381 Kč, to je meziročně více o 8,3 %, reálná mzda vzrostla o 3,4 %. V podnikatelské sféře se průměrná mzda zvýšila nominálně o 8,7 %, reálně o 3,8 %. V nepodnikatelské sféře vzrostla nominálně o 6,8 %, reálně o 2,0 %. Za rok 2008 vzrostla průměrná mzda o 8,5 % a dosáhla 23 542 Kč, reálná mzda vzrostla o 2,1 %.

Průměrná nominální mzda poklesla v odvětví rybolov a chov ryb, nízký relativní růst nominálních mezd byl zaznamenán také v odvětvích ubytování, stravování, zemědělství, myslivost a lesnictví. Nejvyšší růst vykazala odvětví těžba nerostných surovin, činnosti v oblasti nemovitostí a pronájmu, podnikatelské činnosti a stavebnictví. Nejvyšší nominální mzda byla v odvětví finančního zprostředkování, naopak nejnižší v odvětví ubytování a stravování.

Předpokládám, že největší zájem o práci, díky rostoucí průměrné nominální mzdě, bude právě v odvětví finančního zprostředkování, dále v odvětví těžby nerostných surovin, činnosti v oblasti nemovitostí a pronájmu, také v podnikatelské činnosti a ve stavebnictví⁷.

Míra nezaměstnanosti

Celková zaměstnanost se ve 4. čtvrtletí 2008 zvýšila oproti stejnému období roku 2007 o 66,2 tisíc osob. Oproti 4. čtvrtletí 2007 vzrostl počet zaměstnanců o 52,8 tisíc osob, vzrostl

⁶ Nejnovější ekonomické údaje. Průměrná mzda. Český statistický úřad [online]. 2009, [cit. 2009-03-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/aktualniinformace>>.

⁷ Mzdy. Aktuální informace. Český statistický úřad [online]. 2009, [cit. 2009-03-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cpmz030909.doc>>.

počet podnikatelů se zaměstnanci o 13,1 tisíc, naopak se snížil počet podnikatelů bez zaměstnanců o 5,6 %. Obecná míra nezaměstnanosti je v ČR dlouhodobě nižší než průměr za všechny členské země EU nebo průměr za země eurozóny, a to 4,4 %. K 28. 2. 2009 činí míra nezaměstnanosti 7,4 %.⁸

K 28. 2. 2009 bylo na ÚP v Novém Jičíně evidováno celkem 7 847 uchazečů o zaměstnání, z toho 3 549 žen, míra nezaměstnanosti dosáhla 9,63 %. Evidence absolventů škol a mladistvých je zastoupena 396 uchazeči. Osoby se zdravotním postižením jsou evidovány v počtu 1 245. Od počátku roku bylo nově zaevidováno 3 362 uchazečů. Uplatnění v zaměstnání našlo v únoru 285 uchazečů, z toho 7 prostřednictvím ÚP. [27]

Míra zaměstnanosti ovlivňuje poptávku po práci. Nižší poptávka po práci v tomto období je ovlivněna zejména hospodářskou krizí, která zapříčinila rapidní nárůst míry nezaměstnanosti. Hospodářská krize způsobila menší zájem o produkty, to vedlo ke snížení zisku firem a donutilo to zaměstnavatele propustit značný počet zaměstnanců či podnikatelů ukončit svou činnost. Tím se míra nezaměstnanosti zvýšila a klesla poptávka po práci.

2.8.3 Politicko-právní prostředí

Úřad práce musí respektovat právní předpisy v oblasti zaměstnanosti. Těmi jsou:

- Zákon č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti, ve znění pozdějších předpisů, prováděcí předpisy:
 - Vyhláška č. 518/2004 Sb., ve znění vyhlášky č. 507/2005 Sb. a vyhlášky č. 452/2008 Sb., vyhláška č. 519/2004 Sb., vyhláška č. 524/2004 Sb.;
 - Nařízení vlády č. 515/2004 Sb., o hmotné podpoře na vytváření nových pracovních míst a hmotné podpoře rekvalifikace nebo školení zaměstnanců v rámci investičních pobídek, ve znění nařízení vlády č. 578/2004 Sb., nařízení vlády č. 338/2006 Sb. a nařízení vlády č. 68/2008 Sb.;
- Zákon č. 118/2000 Sb., o ochraně zaměstnanců při platební neschopnosti zaměstnavatele a o změně některých zákonů;

⁸ Zaměstnanost a nezaměstnanost v ČR podle výsledků VŠPS (čtvrtletní). Rychlé informace – archiv. Český statistický úřad [online]. 2009, [cit. 2009-03-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/czam020209.doc>>.

- Zákon č. 262/2006 Sb. zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů
- a další právní předpisy v oblasti nezaměstnanosti. [24]

2.8.4 Přírodní prostředí

V dnešní době se stále více firem snaží odpovědně přistupovat k problematice ochrany životního prostředí. Úřad práce může k ochraně životního prostředí přispět lepším zacházením s odpady, snížením spotřeby energie a vody. Zájem zaměstnavatelů o zaměstnání pracovníků může být také ovlivněn rostoucími cenami energií. Rostoucí ceny energie způsobí, vysoké náklady firem a nižší zisky. To bude mít za následek snížení nákladů, zejména nákladů na zaměstnance. Zájem zaměstnavatelů o pracovníky se rapidně sníží, tím se zvýší nezaměstnanost a na úřadu práce se zaregistruje mnohem více nezaměstnaných.

2.8.5 Technologické prostředí

Stále rostoucím trendem se stává internet. Zaměstnavatelé mohou využít internet ke komunikaci s ÚP. Úřad práce nabízí zadávání volných pracovních míst přes internet. Prostřednictvím registrace na tomto portálu si sami zaměstnavatelé vypíší nabízenou pozici a uveřejní na internetovém portálu MPSV. Dále mají zaměstnavatelé možnost najít si přes tento portál zaměstnance sami a mohou zároveň zhlédnout jeho životopis.

Cílem rozvoje technologického prostředí pro zaměstnavatele je zejména to, aby i nadále využívali služeb úřadu práce a usnadnili jim tak komunikaci nejen se samotným úřadem práce, ale také s potenciálními zaměstnanci.

2.8.6 Sociálně-kulturní prostředí

V posledních letech v České republice roste úroveň vzdělání. Klesl zájem o učňovské vzdělání a rapidně vzrostl zájem mladých studovat Vysokou školu. Úřad práce mimo jiné nabízí jak pro zaměstnavatele, tak pro občany rekvalifikaci. Zaměstnavatelé tak mohou prostřednictvím rekvalifikace rozšířit vzdělanost a zkušenosti svých zaměstnanců.

Zájem zaměstnavatelů zaměstnávat pracovníky může ovlivnit zdraví potenciálního zaměstnance. Může se to týkat zejména zdravotně či tělesně postižených, zároveň také těch, kteří mají značné zdravotní problémy či omezení, která brání výkonu určité práce (např. práce v noci, práci ve zdravotně ztíženém prostředí a další).

3 Teoretická východiska měření spokojenosti

Všechny marketingové aktivity se v marketingově orientované organizaci soustřeďují na poznání a uspokojování potřeb klientů. Při plnění některých potřeb určitých skupin spotřebitelů soukromý sektor selhává a tak musí nastoupit sektor veřejný. Marketing veřejných služeb je především marketingem služeb s vysokým stupněm kontaktu se zákazníkem. Proto je nutné, aby i veřejný sektor věnoval pozornost účinnému uspokojování potřeb svých klientů. [16]

3.1 Zákazník

Zákazníka můžeme definovat jako spotřebitele nebo firemního zákazníka. Spotřebitelem označujeme zákazníka, který produkt (službu) potřebuje pro uspokojení své individuální potřeby či potřeby své rodiny; zatímco firemní zákazník buď přímo nebo nepřímo kupuje produkt, aby mohl sám lépe vyrábět, obchodovat nebo poskytovat služby. [14] **Zákazník** je ten, kdo kupuje zboží nebo služby. [1] Rozumíme tím i osobu, domácnost nebo organizaci, která nějakou formou zaplatí za službu a získává s ní spojený užitek. [17]

3.1.1 Orientace na zákazníky

Zákaznický orientovaná společnost je firma, která při vytváření svých marketingových strategií sleduje vývoj zákazníků a snaží se o poskytování vyšší hodnoty cílovým zákazníkům. [13] U orientace na zákazníka je důležité, aby se prodejce snažil o maximální uspokojení potřeb zákazníka a činil vše, aby byl zákazník maximálně spokojen. Dále by měl prodejce zákazníkovi pozorně naslouchat a rozeznat jeho kupní motivy. [10]

Kromě toho musí organizace vědět, jakou hodnotu bude zákazník vyžadovat nejen v současnosti, ale i v budoucnosti. [16]

3.1.2 Řízení vztahu se zákazníky

Proces řízení vztahů se zákazníky (CRM - Customer Relationship Management) se soustřeďuje na získávání a udržení zákazníků. [8] Slouží také ke zvyšování kvality zákaznických služeb a efektivnosti prodeje, marketingová strategie přispívá jak k udržování vztahu se zákazníkem, tak ke zvyšování podílu tržeb organizace vzhledem k danému zákazníkovi. [16]

CRM vychází z udržování a provozování zákaznických databází. Klíčovou roli zde hrály propracované informační technologie. Tyto technologie výrazně přispěly k dosažení náročných úkolů, které byly systémem řízení zákazníků požadovány. [9]

3.1.3 Hodnota zákazníka

Hodnota zákazníka je vždy spojována s určitým produktem nebo službou a je spíše záležitostí vnímání zákazníka. Vnímání zákazníka představuje porovnání a vyhodnocení toho, co zákazník dostane (kvalita, užitek a výhoda) s tím, co pro to musí udělat. [19]

V některých oblastech je hodnota vztahu se zákazníkem posuzována na základě způsobilosti zákazníka. Komplikovaní zákazníci a takoví, kteří nás stojí hodně času, jsou často hodnotní, protože do vztahu vnášejí schopnosti a znalosti, které společnost sama o sobě nemá. Nutí také společnost k rozvoji nových schopností a znalostí. [15]

3.2 Služby

Pro firmy působící v oblasti služeb se stává stále těžší nejenom získávat nové zákazníky, ale i udržet si ty stávající. [19] Sektor služeb je nesmírně rozsáhlý. Nejvíce služeb poskytuje téměř ve všech zemích stát. [16] Jednou z velmi důležitých služeb, kterou poskytuje stát je sféra veřejných služeb. A právě tato sféra se dotýká tématu mé práce.

3.2.1 Definice služeb

Služba je složitý produkt, který můžeme definovat jako „soubor hmotných a nehmotných prvků, obsahujících funkční, sociální a psychologické užitky nebo výhody“. Produktem může být myšlenka, služba či zboží, nebo kombinace všech tří výstupů. (Pride a Ferrell, 1991) [16]

3.2.2 Hodnota služeb

To, co dostáváme za zaplacenou cenu, je základem pro měření hodnoty služeb i výrobku. Naše vnímání služby je však založeno jak na výsledku samotném, tak na způsobu, jakým je tohoto výsledku dosaženo. [19]

Zákazníci hodnotí výsledky a proces směřující k jejich dosažení, tudíž kvalitu, podle toho, co skutečně obdrželi ve vztahu k tomu, co očekávali. Protože potřeby a očekávání se liší podle zákazníků a situace, je kvalita služeb vysoce subjektivní záležitostí. [19]

3.3 Kvalita služeb

3.3.1 Definice kvality

Kvalitu lze definovat jako rozdíl mezi očekáváním zákazníka se zkušeností s poskytnutím určité verze služby, tedy s tím, jak ji zákazník vnímá. [16]

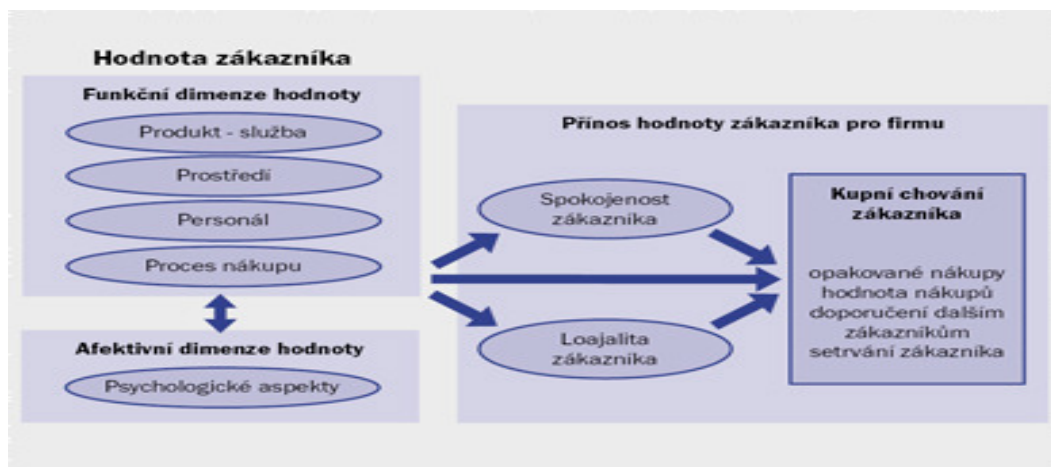
3.3.2 Hodnocení kvality služeb

Hodnocení kvality se provádí pomocí výzkumu názorů zákazníků, realizovaného běžnými metodami primárního výzkumu. Při provádění výzkumu kvality služeb konkrétní organizace je vhodné provést i srovnávací šetření hodnocení kvality služeb konkurenčních firem. Další metodou hodnocení kvality služeb je metoda SERVQUAL. Tato metoda je nejvíce propracovanou metodou hodnocení kvality služeb, jelikož umožňuje hodnotit různé prvky kvality. [16]

3.3.3 Koncepce hodnoty zákazníka v oblasti služeb

Koncepce hodnoty zákazníka nastiňuje jeden z možných přístupů vymezení jednotlivých dimenzí hodnoty zákazníka a měření jejich vlivu na spokojenost zákazníka v oblasti služeb. Hodnotu zákazníka vnímá a měří jako multidimenzionální koncept, který v sobě zahrnuje funkční a afektivní dimenze. Navrhovaný model hodnoty zákazníka je možné označit jako „5P“ model, protože zahrnuje následující dimenze: *produkt*, resp. služba, *prostředí*, *personál*, *proces nákupu* a *pocity*. [19]

Obr. 3.1: Koncepční model hodnoty zákazníka a jejího vlivu na spokojenost a loajalitu zákazníka



Zdroj: [19]

Z výše uvedeného vymezení dimenzí hodnoty zákazníka je patrné, že jednotlivé dimenze se mohou prolínat i ovlivňovat. Navíc jsou úzce spojené s atributy služeb, s atributy místa nákupu i atributy nákupu jako procesu. Lze předpokládat, že zastoupení jednotlivých dimenzí, jejich důležitost a míra vlivu na spokojenost zákazníka bude do značné míry záležet na konkrétní firmě a poskytované službě.

Výhodou modelu je, že umožňuje měřit vliv hodnoty zákazníka na jeho spokojenost prostřednictvím chování zákazníka, které vede k jeho loajalitě. Spokojenost zákazníků a jejich loajalita jsou považovány za atributy, které určují kvalitu vztahů mezi zákazníky a firmami. Vysoká spokojenost zákazníků a vysoká míra jejich loajality jsou významnými faktory, které pomáhají vytvářet a udržovat dlouhodobé vztahy se zákazníky. [19]

3.4 Výzkum spokojenosti zákazníků v oblasti služeb

Spokojenost či nespokojenost je ovlivněna výkonem činností samotného poskytovatele služeb. Spokojenost zákazníků se dá určitým způsobem měřit. Nejspolehlivějším měřítkem jak poznat, zda jsou či nejsou zákazníci spokojeni s úrovní výrobků či poskytovaných služeb, je procento vracejících se zákazníků, tedy těch, kteří po uskutečnění smlouveného obchodu u firmy nadále zůstávají.

Neoddělitelnou oblastí výzkumu spokojenosti zákazníků se službami je analýza vnímání poskytovaných služeb. Je ovlivněna komplexem faktorů způsobujících pozitivní, negativní či neutrální vnímání těchto služeb zákazníky, které lze analyzovat pomocí „dimenzí“ kvality služeb. Rozlišujeme 5 dimenzí kvality služeb – hmotné zajištění, spolehlivost, odpovědnost, jistota a empatie.

Jednotlivé aspekty popsaných dimenzí jsou analyzovány pomocí dotazníků – jeden je zaměřen na zmapování očekávání zákazníků, druhý se orientuje na poznání vnímání poskytovaných služeb. Výsledný systém tvoří baterie otázek a tvrzení, které pak zákazník hodnotí v dotazníku, vyjadřuje míru souhlasu pomocí Likertovy škály. [18]

3.5 Spokojenost zákazníka

Spokojenost se dá definovat jako subjektivní pocit člověka o naplnění jeho potřeb a přání. Ta jsou podmíněna jak zkušenostmi a očekáváním, tak osobností a prostředím. Spokojenost zákazníka patří do skupiny intenzivních zdrojů rozvoje nezbytných pro vytváření konkurenční pozice firmy na trhu. [7]

Ačkoliv se firmy orientované na zákazníky snaží poskytnout vysoké uspokojení zákazníka oproti konkurenci, nesnaží se spokojenost zákazníka maximalizovat. Společnost může vždy zvýšit spokojenost zákazníka snížením cen nebo rozšířením služeb, ale to může vést k nižším ziskům. Musí tak poskytovat vysokou úroveň uspokojení zákazníka a současně poskytovat alespoň přijatelnou úroveň spokojenosti všem ostatním zainteresovaným osobám. [13] Spokojenost zákazníků by měla být cílem každé společnosti a nejen tím, měla by být především normou, očekávaným standardem. [4]

3.6 Nespokojený zákazník

Nespokojenost vychází z neuspokojených očekávání. Úroveň uspokojení či neuspokojení potřeb zákazníků je kromě osobních zkušeností při nákupu v zásadě daná dvěma složkami – jejich očekáváními před nákupem a hlavně zkušenostmi po nákupu s používáním produktu. [2]

Zákazník může být nespokojený z několika důvodů. Prvním z nich může být, že má zákazník jiná očekávání a přání, než předpokládá podnik. Druhým důvodem může být, že očekávání zákazníka jsou sice známá, ale podnik je nemůže splnit (např. kvůli nedostatečné kapacitě). Dalším důvodem může být ignorování očekávání klienta z interních důvodů podniku, přestože jsou tato očekávání známa. A posledním důvodem může být, že služby podniku neodpovídají očekáváním zákazníka, přestože jsou de facto bezchybné. [10]

Velkým problémem je, že zákazníci mají tendenci o své nespokojenosti v oblasti služeb mlčet. Důvod je jednoduchý: většina služeb je zprostředkována lidmi. Vyjádřit odpovídající nespokojenost, znamená v očích zákazníka někoho obvinít, dělat potíže, dokonce se to považuje za udávání. Zákazník nespokojený již po první zkušenosti je téměř vždy ztracený zákazník. [3]

3.7 Měření spokojenosti zákazníka

Měření hladiny spokojenosti spotřebitele a jejich rozhodujících činitelů je důležité pro všechny firmy. Zahrnuje kvantitativní a kvalitativní měření, a také různé způsoby kontaktu se zákazníky. [11] Měření spokojenosti zákazníka se často provádí pomocí indexu spokojenosti zákazníka (ACSI, ECSI). Jedná se o americký (ACSI) a evropský (ECSI) přístup. [7]

Nástroje sběru údajů o spokojenosti zákazníka

Průzkumy spokojenosti zákazníka - používáme k tomu např. 5ti bodovou stupnici významových rozdílů v rozsahu „velmi spokojený“ až „velmi nespokojený“.

Očekávání zákazníků proti jejich vnímání dodaných výrobků a služeb – spokojenost a nespokojenost zákazníků je funkcí rozdílů mezi tím, co očekávali, že získají se zakoupeným výrobkem nebo službou, a tím, jak vnímají to, co obdrželi.

Nepraví zákazníci – tato metoda spočívá v zaměstnávání profesionálních pozorovatelů, kteří se vydávají za zákazníky, provádějí průzkum a nezájatě porovnávají poskytované služby s firemními normami pro tyto služby, a zjišťují příležitosti pro zdokonalení produktivity a hospodárnosti.

Metoda kritické události – zákazníci jsou požádáni, aby se v myšlenkách vrátili zpět a popsali vzájemná jednání s pracovníky v jednotlivých odvětvích, na která si pamatují jako na uspokojující nebo neuspokojující.

Analýza stížností zákazníka – jedná se o zpracování návrhů a stížností zákazníků, které by napomohly vylepšení služeb.

Analýza ztráty zákazníků – firma zde musí zjistit, proč zákazníci odcházejí (např. pomocí výstupních dotazníků) a rovněž musí zasáhnout, když chování zákazníků naznačuje, že uvažují o odchodu. [11]

3.8 Marketingový výzkum a veřejné služby

Veřejné organizace jsou stejně jako jiné organizace obklopeny veřejností, se kterou musí udržovat dobré vztahy. Mohou poskytovat své služby jako monopol, ale mohou zde být i substituty, které si veřejnost může vybrat, má-li pocit, že nabídka veřejných služeb je špatná. Marketing tak pomáhá pochopit a vytvářet potřeby veřejnosti, vyvíjet služby, sdělovat informace o nich a distribuovat je, hodnotit míru spokojenosti veřejnosti se službami a se systémem dodávky veřejných služeb. Rozšíření marketingu do oblasti veřejných služeb znamená, že důležitou roli hraje marketingový výzkum. Je velmi důležité znát veřejné mínění. Marketingový a sociální výzkum poskytuje však mechanismus, jenž může těm, kteří formulují politiku ve veřejném sektoru, pomoci poznat názory veřejnosti. [16]

4 Metodika výzkumu

Tato kapitola je věnována metodice výzkumu a je zaměřena na zhodnocení spokojenosti zaměstnavatelů se službami Úřadu práce v Novém Jičíně.

Proces měření spokojenosti probíhal ve dvou fázích. Jednalo se o fázi přípravnou a fázi realizační.

Fáze přípravná spočívala především v definování hlavního cíle výzkumu. Na základě již definovaného cíle bylo potřeba stanovit si hypotézy a sestavit dotazník. Poté jsem stanovila vhodnou metodu sběru dat a následnou pilotáží zjišťovala, zda respondenti porozuměli otázkám. Fáze realizační se týkala samotného sběru dat, jejich následného vyhodnocení a analýzy získaných údajů.

4.1 Přípravná fáze

4.1.1 Cíl marketingového výzkumu

V dnešní době je stále těžší najít toho správného zaměstnance, tudíž se zaměstnavatelé se svými požadavky často obrací na úřady práce. I přesto, že je úřad práce státní institucí, tak mnoho zaměstnavatelů se na něj obrací s nedůvěrou. Většina z nich raději využije služeb agentur práce, které jsou schopny jejich požadavky splnit. Měření spokojenosti může pomoci najít slabé stránky a zabránit tak následné nespokojenosti zaměstnavatelů.

Cílem mé bakalářské práce je zjistit spokojenost zaměstnavatelů se službami Úřadu práce v Novém Jičíně. Dále definovat faktory, které jsou pro zaměstnavatele, spolupracujícími s úřadem práce, nedostačující a doporučit návrhy v oblastech, ve kterých zaměstnavatelé nebyli příliš spokojeni.

4.1.2 Hypotézy

Aby bylo možné zahájit celý výzkum, bylo potřeba stanovit si hypotézy, na jejichž základě byl vytvořen dotazník.

Pro tento účel jsem definovala následující hypotézy:

Hypotéza č. 1.: Služeb úřadu práce využilo více než 75 % respondentů.

- Hypotéza č. 2.:** Alespoň 35 % zaměstnavatelů je spokojených se službami, které jim úřad práce poskytuje.
- Hypotéza č. 3.:** Více než 60 % dotazovaných respondentů se rozhodlo pro spolupráci s úřadem práce z důvodu nenalezení vhodného kandidáta na určitou pozici.
- Hypotéza č.4.:** Více jak 30 % zaměstnavatelů bylo nespokojeno se zaměstnancem přijatým z úřadu práce.

4.1.3 Dotazník

Výzkum měření spokojenosti zaměstnavatelů jsem realizovala prostřednictvím standardizovaného dotazníku, který vycházel z výše uvedených hypotéz. Dotazník se skládal z 19 otázek, z nichž pouze jedna byla otevřená, ostatní otázky byly uzavřené, polouzavřené, dichotomické a škálové. V úvodu dotazníku byla respondentům položená filtrační otázka, poté následovaly otázky zjišťující postavení zaměstnavatelů, především spokojenost s různými faktory a také názory na problematiku (ne)zaměstnanosti. Zaměstnavatelé svoji spokojenost posuzovali prostřednictvím hodnocení na stupnici 1 - 5 dle Likertovy pětistupňové škály. Dále měli respondenti možnost seřadit jednotlivé možnosti odpovědí dle svých preferencí. V závěru dotazníku byly použity otázky identifikační, jednalo se o obor a formu podnikání.

Dotazník byl sestaven tak, aby byl stručný a srozumitelný. Nejen proto, aby byl dotazník nenáročný na vyplňování, ale také z důvodu pracovní vytíženosti dotazovaných zaměstnavatelů (viz Příloha č. 1). Právě to mělo zajistit vysokou návratnost rozeslaných dotazníků. Součástí dotazníku byl také průvodní dopis, který vysvětloval účel výzkumu (viz Příloha č. 2).

4.1.4 Pilotáž

Před zahájením dotazování bylo nutné provést pilotáž, aby byla zjištěna srozumitelnost a náročnost dotazníku. Pilotáž byla provedena na vzorku 5 zaměstnavatelů. Jejím cílem bylo zamezit výskytu logických, gramatických či jiných chyb. Díky pilotáži byly zjištěny nepatrné nedostatky, které byly poté odstraněny.

4.1.5 Zdroje informací

Pro potřeby výzkumu jsem využila informací z primárních i sekundárních zdrojů. Primární informace byly získány využitím samotného dotazníkového šetření. Zdrojem sekundárních dat se stala odborná literatura k dané problematice, dále internetové stránky, konzultace s paní Bc. Šárkou Foltýnkovou z oddělení zprostředkování a poradenství ÚP, s paní Ing. Hanou Tománkovou z ekonomického oddělení ÚP a také interní firemní údaje, které mi Úřad práce v Novém Jičíně poskytl.

4.1.6 Metoda výzkumu

Z důvodu velkého pracovního vytížení všech zaměstnavatelů jsem pro získání potřebných informací zvolila dvě metody. První metodou byla metoda elektronického dotazování, prostřednictvím elektronické pošty. Pracovní vytížení zaměstnavatelů nebyl jediným důvodem zvolení této metody. Dalším důvodem volby tohoto dotazování bylo také to, že patří mezi ty nejlevnější a poměrně rychlé metody, jelikož mají respondenti více času na odpovědi. Podstatnou nevýhodou tohoto dotazování je nízká návratnost v porovnání s ostatními metodami sběru dat. Druhá metoda byla metoda osobního dotazování. Tato metoda je sice náročná a nepatří mezi nejlevnější metody, ale osobním kontaktem byla zaručena větší pravděpodobnost návratnosti dotazníku.

4.1.7 Časový harmonogram

Tab. 4.1: Časový harmonogram činností

Časový harmonogram							
	říjen	listopad	prosinec	leden	únor	březen	duben
Výběr tématu, definice cíle výzkumu	X						
Příprava dotazníku		X					
Kontrola dotazníku		X					
Pilotáž		X					
Úprava dotazníku		X					
Rozesílání dotazníku		X					
Sběr dat			X	X			
Teoretická východiska					X		
Zpracování a vyhodnocení dat						X	X

Zdroj: vlastní

4.2 Realizační fáze

4.2.1 Sběr dat

Dotazování probíhalo ve třech fázích v rozmezí několika týdnů. První a druhá fáze proběhla prostřednictvím elektronického dotazování, kdežto třetí fáze se týkala osobního dotazování. Jednotlivé fáze probíhaly v rozmezí několika týdnů:

- 1) fáze - od 5. 12. 2008 do 20. 12. 2008,
- 2) fáze - od 14. 1. 2009 do 31. 1. 2009,
- 3) fáze - od 8. 12. 2008 do 16. 1. 2009.

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na osoby spolupracující s Úřadem práce v Novém Jičíně. Jednalo se jak o právnické osoby, tak i o osoby samostatně výdělečně činné. Avšak ve větší míře převládaly osoby právnické z důvodu pravděpodobnější spolupráce s úřadem práce.

Seznam zaměstnavatelů jsem čerpala z veřejných seznamů. Jednalo se především o vyvěšené nabídky prací zveřejněné od 1. 8. 2008 do 30. 1. 2009 na webových stránkách Úřadu práce v Novém Jičíně. Dále jsem měla k dispozici Informační operátor Evropské databanky s aktuálním seznamem všech firem umístěný na webových stránkách (<http://www.edb.cz/>).

Základním souborem byly všechny potencionální firmy, právnické a fyzické osoby, v Novém Jičíně a jeho blízkém okolí.

Výběrovým souborem bylo 616 firem z obou dostupných databází. Dotazníky byly adresovány buď přímo majitelům nebo personálnímu oddělení firmy, kde dotazník předali kompetentní osobě.

Jak již bylo zmíněno, oslovení vybraných respondentů bylo rozděleno do tří fází. V první fázi elektronického dotazování činila návratnost 42 vyplněných dotazníků z celkového počtu 300 dotazovaných, tzn. že návratnost činila 14 %. V druhé fázi bylo kontaktováno původních 300 respondentů, z tohoto počtu jsem odečetla 42 oslovených, kteří mi odpověděli. Tudíž bylo v druhé fázi kontaktováno podruhé 258 respondentů a dalších 300 nových respondentů. V této fázi činila návratnost 40 dotazníků z celkového počtu 558 oslovených, to činí 7,17 % návratnosti. V třetí fázi, osobního dotazování, jsem vybrané firmy navštívila osobně a získala jsem tím 20 dotazníků z celkového počtu 20ti oslovených, to činí 100 % návratnost.

Celkový počet vyplněných dotazníků je 102 z celkového počtu 620 firem.

Pro přehlednost jsou všechny údaje uvedeny v následující tabulce.

Tab. 4.2: Přehled sběru dat

	Fáze			Celkem
	1.	2.	3.	
Počet oslovených respondentů	300	558*	20	620**
Počet odpovědí	42	40	20	102
Návratnost (v %)	14	7,17	100	16,45

* $(300 - 42) + 300$ nových respondentů = 558 respondentů

** $300 + 300 + 20 = 620$ respondentů

Zdroj: vlastní

4.2.2 Zpracování shromážděných údajů

Poté, co byl ukončen kvantitativní výzkum, bylo potřeba zkontrolovat úplnost shromážděných údajů, tzn. zda respondenti odpověděli na všechny otázky. Všechny dotazníky byly řádně vyplněny, do šetření bylo tedy zahrnuto všech 102 vyplněných dotazníků.

Po kontrole byly všechny zjištěné údaje zadány do datové matice v tabulkovém procesoru Microsoft Excel, ve kterém byly rovněž zpracovány všechny tabulky a grafy pro znázornění výsledků výzkumu.

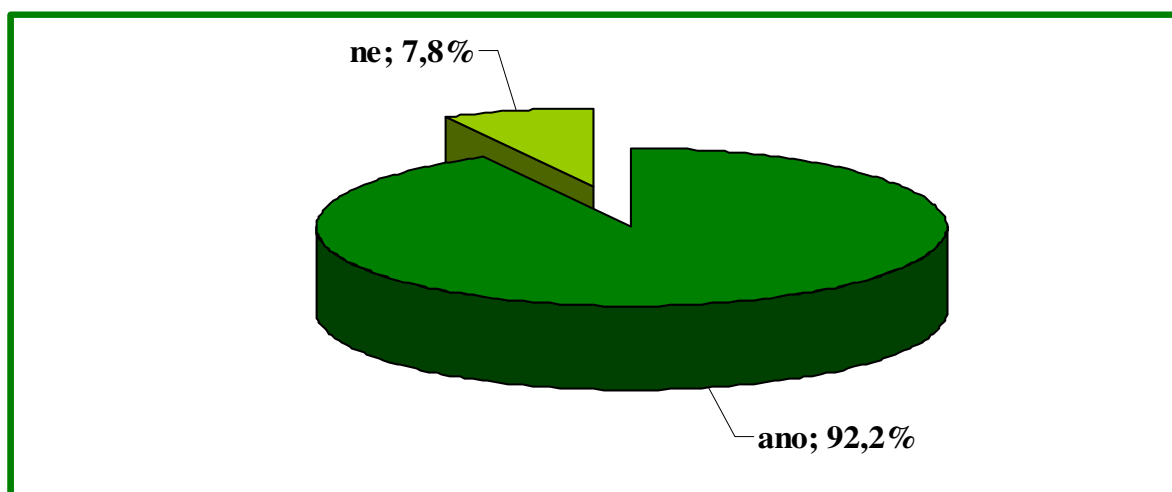
5 Analýza výsledků výzkumu

V této části bakalářské práce se zaměřím na analýzu výsledků výzkumu získaných prostřednictvím elektronického a osobního dotazování. Z celkového počtu 616 obeslaných respondentů bylo zahrnuto do analýzy výsledků výzkumu 102 respondentů, kteří mi odpověděli a správně vyplnili dotazník. Při vyhodnocování jednotlivých otázek nebyl počet odpovědí vždy shodný s počtem dotazovaných, a to z důvodu, že u některých otázek respondenti využili více nabídnutých odpovědí. Údaje jsou uváděny podle četností nebo jsou vyjádřeny procentuálně.

5.1 Vyhodnocení výsledků výzkumu

5.1.1 Využití služeb úřadu práce

Obr. 5.1: Využití služeb úřadu práce



Zdroj: vlastní

V úvodu dotazníku byla respondentům položena filtrační otázka, která měla nastínit problematiku dotazování. Z celkového počtu 102 dotazovaných odpovědělo 94 respondentů, tj. 92,2 % dotazovaných, že využívali či nyní využívají služeb Úřadu práce v Novém Jičíně. Pouhých 8 respondentů, což představuje 7,8 % respondentů, odpovědělo, že prozatím nevyužívali služeb ÚP. Těchto 7,8 % dotazovaných poté pokračovalo otázkou č. 15, protože by nemohli objektivně zhodnotit využívání služeb úřadu práce.

5.1.2 Frekvence využívání služeb úřadu práce

Obr. 5.2: Frekvence využívání služeb úřadu práce (viz Příloha č. 5)

Cílem druhé otázky bylo zjistit, jak často využívají zaměstnavatelé služeb poskytovaných ÚP. Četnosti odpovědí jednotlivých respondentů jsou velice různorodé a většina se pohybuje kolem podobné hodnoty.

Nejvíce zaměstnavatelů, tj. 17 % dotazovaných, odpovědělo, že těchto služeb využívali maximálně jedenkrát do měsíce. Další početnou skupinou bylo 16 % zaměstnavatelů, jenž těchto služeb využívali jedenkrát za půl rok. Objevilo se také mnoho respondentů, kteří si nevybrali žádnou z výše uvedených možností a vepsali do dotazníku svůj názor. Jednalo se o 14,9 % zaměstnavatelů, kteří se rozhodli, ať už z jakýchkoliv důvodů, méně využívat služeb úřadu práce. Tito dotazovaní se většinou shodli, že kontaktují ÚP buď dle potřeby, dvakrát do roka či z počátků sezónních prací. Další možností odpovědí byla možnost frekvence využívání služeb vícekrát měsíčně, tuto možnost si vybralo 12,8 % zaměstnavatelů. Stejný počet zaměstnavatelů využilo eventuality jedenkrát za čtvrtletí a také jedenkrát za rok. Poslední z častých frekvencí byla možnost vícekrát za čtvrtletí. Na této frekvenci se podílelo celkem 11,7 % dotazovaných. Výjimečně, tedy vícekrát za půl rok, využívá kontaktu s ÚP pouhých 2,1 % zaměstnavatelů, toto číslo je však v porovnání s ostatními téměř zanedbatelné

5.1.3 Využívané služby úřadu práce

Obr. 5.3: Využívané služby úřadu práce (viz Příloha č. 5)

V této otázce jsem zjišťovala, jakých služeb poskytovaných úřadem práce zaměstnavatelé využili jak v současnosti, tak i v minulosti. Respondenti měli na výběr ze 7 možností a zároveň mohli vybrat i více variant odpovědí.

Z Obr. 5.3 lze vyčíst, že 70,2 % zaměstnavatelů navštívilo či kontaktovalo ÚP kvůli hledání vhodného zaměstnance na určitou pozici. Této možnosti v rámci formy podnikání využilo 27,9 % osob samostatně výdělečně činných; 35,1 % společností s ručením omezeným; 28,2 % akciových společností spolu s veřejnou obchodní společností a 29 % příspěvkových organizací, státních organizací a jiné formy podnikání.

Dále 68,1 % zaměstnavatelů konstatovalo, že velmi často se na ÚP obrátili z důvodu nahlášení volného pracovního místa. V případě formy podnikání tuto službu nejčastěji

využívaly osoby samostatně výdělečně činné, resp. 34,9 % zaměstnavatelů jako OSVČ. U společností s ručením omezeným se jednalo o 33,0 % dotazovaných, u akciových společností spolu s veřejnou obchodní společností o 28,2 %. Dále u příspěvkových organizací, státních organizací a jiných forem podnikání se tato služba vyskytovala v 19,4 %.

Další možné alternativy, aktivní politiky zaměstnanosti, tj. poskytnutí dotace, využilo 31,9 % respondentů, z toho 16,3 % OSVČ; 11,3 % společností s ručením omezeným; 7,7 % akciových společností s veřejnou obchodní společností; 29 % příspěvkových organizací, státních organizací a jiné formy podnikání.

Pouhých 24,5 % zaměstnavatelů odpovědělo, že využilo služby zprostředkování práce prostřednictvím zprostředkovatelek(ů) na úřadu práce. Této možnosti využilo 14,6 % OSVČ; 11,8 % společností s ručením omezeným; 10,3 % akciových společností spolu s veřejnou obchodní společností; 6,9 % příspěvkových organizací, státních organizací a jiné formy podnikání.

Další možností výběru mezi službami ÚP byla také rekvalifikace zaměstnanců. Rekvalifikací zaměstnanců se budu dále zabývat i v otázce č. 11 a 12. Jednalo se o 19,1 % zaměstnavatelů; z toho 7,0 % OSVČ; 7,2 % společností s ručením omezeným; 10,3 % akciových společností s veřejnou obchodní společností; 12,9 % příspěvkových, státních organizací a jiných forem podnikání.

Poslední dvě možnosti, zprostředkování práce zdravotně a tělesně postiženým a jiné služby, využilo nepatrné množství zaměstnavatelů. Po práci pro zdravotně a tělesně postižené se poptávalo pouhých 6,4 % zaměstnavatelů, což je dle mého názoru velmi malé procento, neboť lidé, žijící s těmito omezeními, jsou někdy daleko pracovitější a kvalifikovanější. Jedním z důvodů nezaměstnání osob s postižením je pracné vybudování bezbariérového přístupu, což však mnozí neradi využívají, i když je vybudování bezbariérového přístupu financováno v rámci APZ. Této možnosti nevyužila žádná OSVČ ani společnost s ručením omezeným. Avšak 12,8 % akciových společností spolu s veřejnou obchodní společností a dále také 3,2 % příspěvkových organizací, státních organizací a jiné formy podnikání tuto službu využilo.

Mezi jiné služby zařadili dotazovaní především poradenskou činnost, dále monitoring, účast na školeních pořádaných ÚP a účast na prezentačních akcích ÚP. Jednalo se o 3,2 % zaměstnavatelů. Této činnosti využily pouze obchodní společnosti a to 2,1 % společností s ručením omezeným a 2,6 % akciových společností spolu s veřejnou obchodní společností.

Pro lepší názornost výše uvedených údajů přikládám následující podrobnou tabulku vyjadřující využívání služeb jednotlivými formami podnikání.

Tab. 5.1: Využívané služby úřadu práce

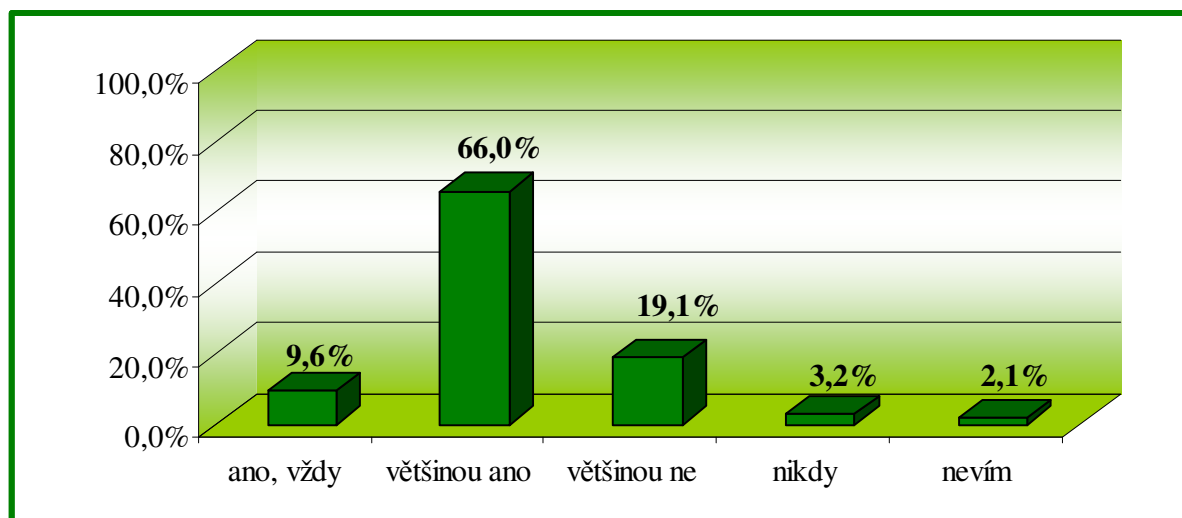
	OSVČ	s. r. o.	a. S., v. o. S.	*
Zprostředkování práce (ZP)	14,0 %	11,3 %	10,3 %	6,5 %
ZP zdravotně a tělesně postiženým	0,0 %	0,0 %	12,8 %	3,2 %
Hledání vhodného zaměstnance na určitou pozici	27,9 %	35,1 %	28,2 %	29,0 %
Nahlášení volného pracovního místa	34,9 %	33,0 %	28,2 %	19,4 %
Rekvalifikace zaměstnanců	7,0 %	7,2 %	10,3 %	12,9 %
Aktivní politika zaměstnanosti	16,3 %	11,3 %	7,7 %	29,0 %
Jiné služby	0,0 %	2,1 %	2,6 %	0,0 %
Celkem	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

* Příspěvková organizace, státní organizace a jiná forma podnikání

Zdroj: vlastní

5.1.4 Splnění požadavku úřadem práce

Obr. 5.4: Splnění požadavku úřadem práce



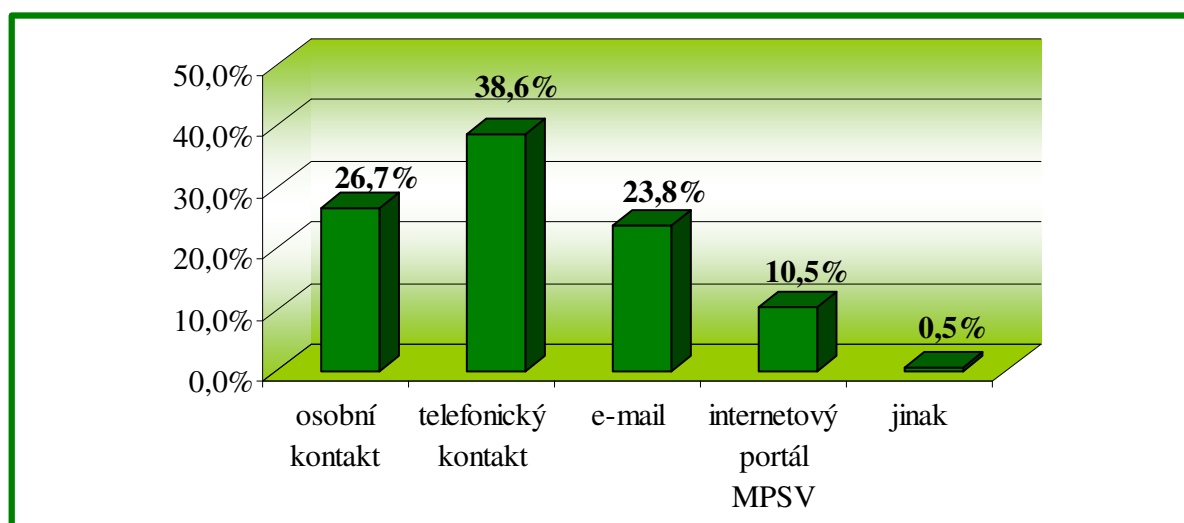
Zdroj: vlastní

Touto otázkou jsem zjišťovala, zda úřad práce splnil požadavky zaměstnavatelů. 9,6 % zaměstnavatelů uvedlo, že ÚP jim vždy ve všech případech splnil jejich požadavek. Nejvíce respondentů konstatovalo, tj. 66 %, že ÚP většinou jejich očekávání splnil. Dalších 19,1 % dotazovaných však uvedlo, že jejich požadavek ÚP většinou nesplnil a 3,2 % dokonce tvrdí, že nikdy nebyla jejich očekávání splněna. 2,1 % zaměstnavatelů zvolila možnost „nevím“, ať už z důvodu, že si nemohli vzpomenout na výsledek jejich očekávání nebo nechtěli uvést názor na tuto otázku.

Výsledky výzkumu vztahující se k této otázce jsou pro Úřad práce v Novém Jičíně jednou z velmi důležitých otázek, jelikož se tato otázka přímo týká spokojenosti se službami ÚP jako celku. Výsledky této otázky vypovídají o tom, že mnoho zaměstnavatelů je se službami, resp. se splněním jejich požadavků, spokojeno. Avšak alarmující je skutečnost, že téměř 20 % zaměstnavatelů tvrdí, že jim ÚP většinou nesplnil jejich požadavek.

5.1.5 Způsob komunikace s úřadem práce

Obr. 5.5: Způsob komunikace s úřadem práce



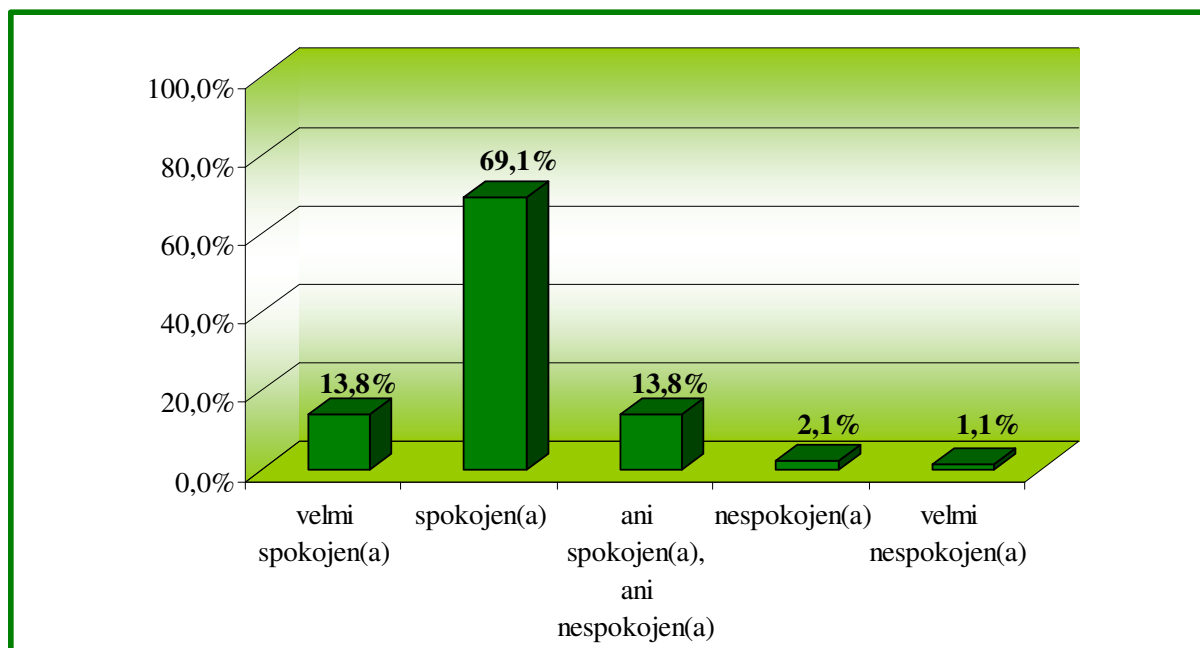
Zdroj: vlastní

Obr. 5.5 znázorňuje, jakým způsobem zaměstnavatelé komunikovali s úřadem práce. Komunikace je jedním z nejdůležitějších faktorů. Díky ní se formulují a udržují dobré vztahy s ÚP, proto je nutné věnovat jí velkou pozornost. V tomto případě jsem zjišťovala, jakým způsobem zaměstnavatel nejčastěji komunikuje s ÚP, abych zjistila příčiny nespokojenosti nebo nesplnění očekávání v případě, že zaměstnavatel nezvolil vhodnou formu komunikace.

Zjistila jsem, že převážná většina zaměstnavatelů, tj. 38,6 % dotazovaných, volí telefonický kontakt. Dále 26,7 % respondentů zůstává u tradiční formy komunikace. Tou je osobní kontakt s pracovníky úřadem práce. Kromě toho dnešní společnost umožňuje moderní a pohodlný způsob komunikace, kterou stále více lidí využívá. Jedná se o formu e-mailových dopisů zasílaných prostřednictvím internetu. Tohoto způsobu využívá 23,8 % zaměstnavatelů. Dále existuje možnost kontaktovat ÚP prostřednictvím internetového portálu MPSV. Tuto možnost komunikace uvedlo 10,5 % zaměstnavatelů.

5.1.6 Spokojenost s komunikací se zaměstnanci úřadu práce

Obr. 5.6: Spokojenost s komunikací se zaměstnanci úřadu práce

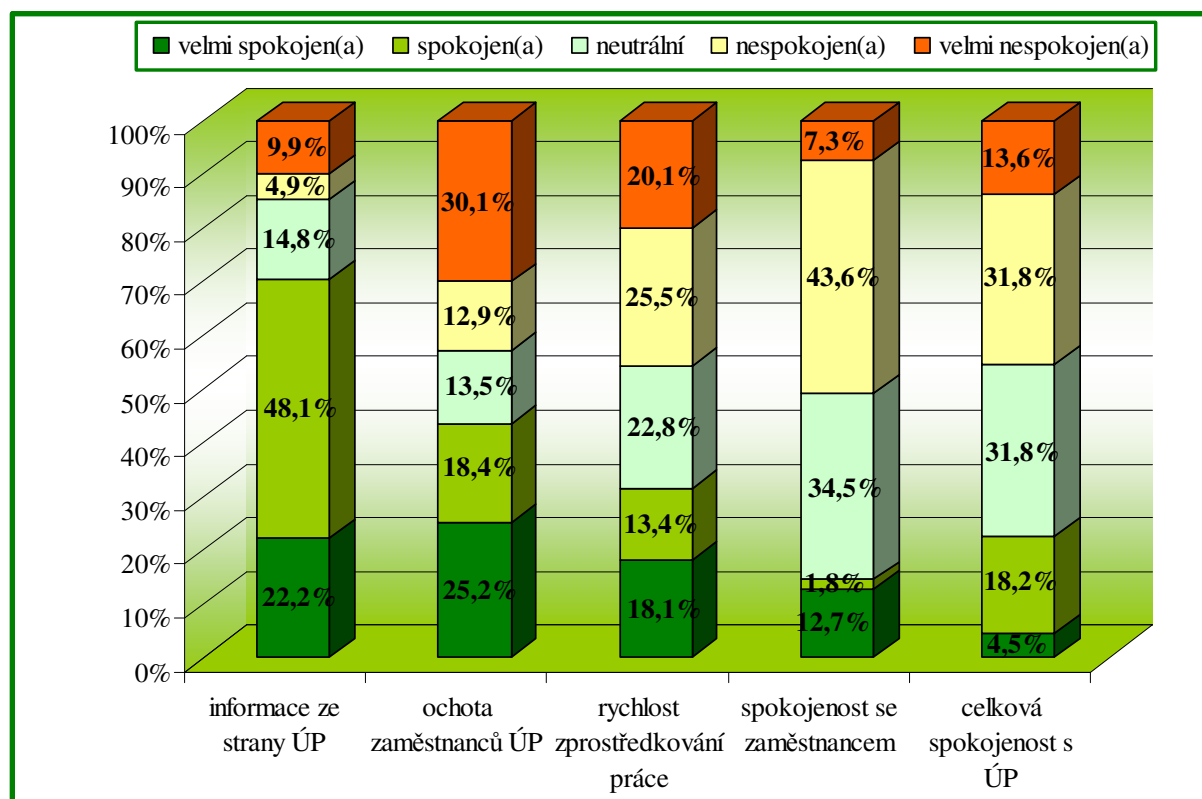


Zdroj: vlastní

V této otázce jsem se zaměřila na spokojenost s komunikací se zaměstnanci Úřad práce v Novém Jičíně. Výsledky byly překvapivé, jelikož jsem se v rámci výzkumu setkala i s množstvím připomínek na dané téma. Z Obr. 5.6 vyplývá, že 13,8 % je s komunikací ÚP velmi spokojeno a 69,1 % zaměstnavatelů je jen spokojeno. 13,8 % dotazovaných odpovědělo, že je spokojeno i nespokojeno, tzn. že je nemůžeme zařadit ani mezi spokojené, ani mezi nespokojené klienty. Pravděpodobně právě tyto respondenti v komunikaci se zaměstnanci něco postrádají. Nespokojených a velmi nespokojených zaměstnavatelů nebylo mnoho, avšak i malé množství nespokojených zákazníků může ÚP uškodit. Jednalo se o 2,1 % nespokojených a 1,1 % velmi nespokojených zaměstnavatelů.

5.1.7 Míra spokojenosti s jednotlivými faktory

Obr. 5.7: Míra spokojenosti s jednotlivými faktory



Zdroj: vlastní

Cílem této otázky bylo zaměřit se rovněž na míru spokojenosti zaměstnavatelů s jednotlivými faktory ÚP. Otázka byla sestavena formou baterie, kdy respondenti hodnotili jednotlivé faktory pomocí Likertovy škály od jedné do pěti (jako ve škole), přičemž „1“ znamenala velmi spokojen(a) a „5“ velmi nespokojen(a).

Informace ze strany ÚP

Z výzkumu jsem zjistila, že největší počet zaměstnavatelů je spokojeno v oblasti poskytování informací ze strany ÚP. 48,1 % respondentů hodnotilo, že je s informovaností spokojeno a 22,2 % odpovědělo, že jsou velmi spokojeni. Dále 14,8 % dotazovaných tento faktor ohodnotilo neutrálně. Byla zde zaznamenána i nespokojenost zaměstnavatelů s informacemi ze strany ÚP. Jednalo se o 4,9 % nespokojených a 9,9 % velmi nespokojených dotazovaných.

Ochota zaměstnanců ÚP

Dalším významným faktorem byla ochota zaměstnanců ÚP. Zde jsem se setkala spíše s negativním postojem dotazovaných. 30,1 % respondentů uvedlo, že jsou velmi nespokojeni. Dále 12,9 % uvedlo, že je nespokojeno a 13,5 % se stavělo k této problematice neutrálně. Avšak i někteří zaměstnavatelé byli spokojeni. 18,4 % dotazovaných bylo spokojeno a 25,2 % velmi spokojeno, což se značně blíží jejich silné nespokojenosti. Přesto je mnoho velmi nespokojených zaměstnavatelů a neochota zaměstnanců ÚP se jeví jako překážka ve snadné komunikaci mezi zaměstnavateli a zaměstnanci ÚP.

Rychlost zprostředkování práce

Rychlost zprostředkování práce je pro většinu zaměstnavatelů velmi důležitým faktorem, je tedy nutné tomuto faktoru věnovat zvýšenou pozornost. Z Obr. 5.8 lze vyčíst, že převážná většina, tj. 25,5 % zaměstnavatelů je nespokojena s rychlostí zprostředkování práce. 20,1 % je velmi nespokojena a 22,8 % hodnotila tento faktor jako neutrální, resp. že jsou spokojeni i nespokojeni. Z toho vyplývá, že i když je tento faktor hodně důležitý, není zaměstnavatelům splněn, tak jak by očekávali. Kromě toho bylo 18,1 % respondentů velmi spokojeno a 13,4 % spokojeno s rychlostí zprostředkování práce, kterou mu ÚP doposud poskytoval.

Spokojenost se zaměstnancem přijatým z ÚP

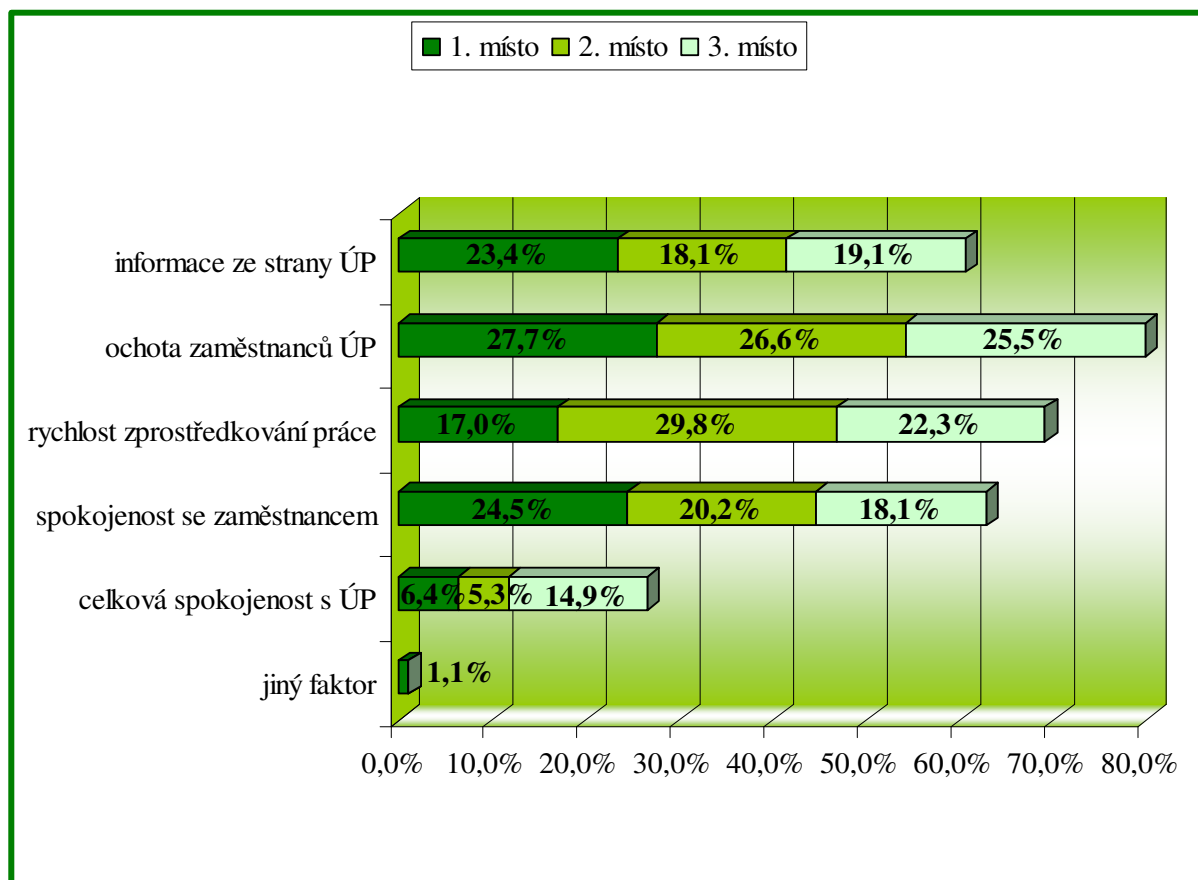
U spokojenosti se zaměstnancem, který byl přijat z ÚP bylo 43,6 % nespokojených klientů, což vypovídá o velmi velké nespokojenosti. Spokojenost se zaměstnancem zcela neuspokojila 7,3 % respondentů. Naopak velmi spokojeno bylo 12,7 % a pouhých 1,8 % bylo spokojeno. Velká část respondentů, tj. 34,5 %, posuzovalo tento faktor neutrálně.

Celková spokojenost s ÚP

Posledním zkoumaným faktorem byla celková spokojenost s ÚP. Tento faktor shodně, tj. 31,8 %, zvolilo jako faktor neutrální a faktor, s nímž nejsou spokojeni. Spokojených zákazníků s tímto faktorem bylo 18,2 % respondentů a pouhých 4,5 % respondentů bylo velmi spokojeno. Přesto se atribut setkal i s velmi silnou nespokojeností. Svou silnou nespokojenost s celkovou spokojeností s ÚP vyjádřilo 13,6 % zaměstnavatelů.

5.1.8 Hodnocení nejdůležitějších faktorů úřadu práce

Obr. 5.8: Hodnocení nejdůležitějších faktorů úřadu práce



Zdroj: vlastní

Po zjišťování spokojenosti zaměstnavatelů s jednotlivými faktory ÚP měli dotazovaní právě z těchto faktorů vybrat tři pro ně nejdůležitější a přiřadit jim 1., 2. a 3. místo. Nejčastěji hodnotili respondenti ochotu zaměstnanců. 27,7 % zaměstnavatelů umístilo ochotu zaměstnanců ÚP na 1. místo, 26,6 % na 2. místo a 25,5 % dotazovaných tento faktor umístilo na 3. místo. Celkově nejvíce respondentů umístilo tento faktor na 1. místo.

Za další důležitý faktor byla považována rychlost zprostředkování práce. Na 1. místo tento faktor umístilo 17 % zaměstnavatelů, na 2. místo 29,8 % a na 3. místo 22,3 % respondentů. Tento faktor umístilo celkově nejvíce dotazovaných na 2. místo.

Dále na 3. místo umístili dotazovaní spokojenost se zaměstnancem, který byl přijat z ÚP, z toho na 1. místo tento faktor umístilo 24,5 %, na 2. místo 20,2 % a na 3. místo 18,1 % zaměstnavatelů. To jsou faktory, které respondenti zvolili jako pro ně nejdůležitější.

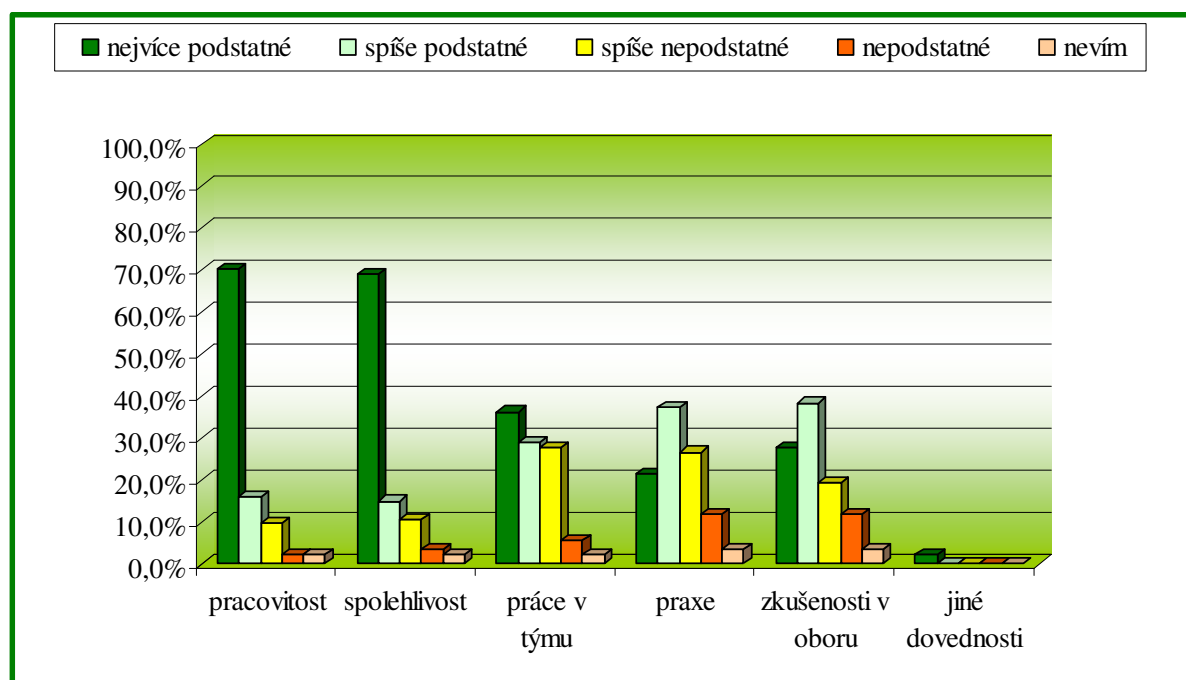
5.1.9 Důvod výběru zaměstnance z úřadu práce

Obr. 5.9: Důvod výběru zaměstnance z úřadu práce (viz Příloha č. 5)

V této otázce se zabývám problematikou výběru zaměstnance z ÚP. Obr. 5.9 vyjadřuje, že 34,3 % zaměstnavatelů nejčastěji využívala kombinaci možností uvedených v dotazníku. Jednalo se o úsporu času při hledání vhodného zaměstnance, úsporu nákladů při hledání vhodného zaměstnance a z důvodu nenalezení vhodného kandidáta na určitou pozici. Druhým nejčastějším důvodem bylo nenalezení vhodného kandidáta na určitou pozici. To představuje 29,6 % zaměstnavatelů. Někteří zaměstnavatelé vyjádřili svůj názor prostřednictvím jiného důvodu. Takto se vyjádřilo 10,2 % zaměstnanců. Ti zvolili tuto možnost z nejrůznějších důvodů, těmi jsou např. nedostatek pracovních sil v určitém oboru, dotace a nahlášené volné pracovního místa.

5.1.10 Hodnocení dovedností zaměstnanců přijatých z úřadu práce

Obr. 5.10: Hodnocení dovedností zaměstnanců přijatých z úřadu práce



Zdroj: vlastní

Každý zaměstnavatel má jiné preference a požadavky na dovednosti svých současných či budoucích zaměstnanců. Cílem této otázky bylo zjistit, kterým faktorům dávají zaměstnavatelé přednost a které naopak nepovažují za důležité.

První hodnocenou dovedností je pracovitost. Tuto dovednost ohodnotilo 70,2 % zaměstnavatelů jako nejvíce podstatnou a jako spíše podstatnou ji uvedlo 16 % dotazovaných.

Další hodnocenou dovedností je spolehlivost, jenž je pro mnohé zaměstnavatele velmi důležitou a k nezaplacení hodnou dovedností. Tento faktor uvedlo 69,1 % jako nejvíce podstatný a 14,9 % jako spíše podstatný.

Je mnoho zaměstnání, které vyžadují práci v týmu, jenž se bez pracovitosti a spolehlivosti neobejde. Práci v týmu považuje 36,2 % respondentů jako nejvíce podstatnou, dále 28,7 % jako spíše podstatnou, 27,7 % jako spíše nepodstatnou a 5,3 % jako nepodstatnou. Možnost odpovědi „nevím“ zvolilo opět jen 2,1 % respondentů.

Další významnou dovedností je praxe, která mnoho zaměstnavatelů ovlivňuje. V případě výběru vhodného kandidáta na určitou pozici se většina zaměstnavatelů rozhoduje buď podle praxe, nebo podle zkušeností v oboru. I přesto, překvapivě, hodnotili tuto dovednost dotazovaní následovně. Praxi jako nejvíce podstatnou považuje 21,3 % respondentů, jako spíše podstatnou 37,2 %, spíše nepodstatnou 26,6 % a jako nepodstatnou dovednost 11,7 % zaměstnavatelů. Lze z toho usoudit, že záleží na zaměstnavateli, zda tato dovednost bude pro něj kritériem či jen doplňující dovedností.

Jak jsem již zmínila, zkušenosti v oboru mohou být kritériem při výběru zaměstnance. Zkušenosti v oboru jsou pro 27,7 % zaměstnavatelů nejvíce podstatné, avšak pro 38,3 % jsou spíše podstatné. Jako spíše nepodstatné uvedlo tento faktor 19,1 % respondentů a jako zcela nepodstatné jej uvedlo 11,7 %. Do neutrální pozice, do pozice „nevím“, se postavilo 3,2 % dotazovaných.

Zaměstnavatelé měli také možnost využití otevřené možnosti odpovědi, kde si mohli zvolit dovednost pro ně významnou. Pouze 2,1 % respondentů využilo této možnosti. Jednalo se o dovednosti jako poctivost a diskretnost, které považovali za nejvíce podstatné.

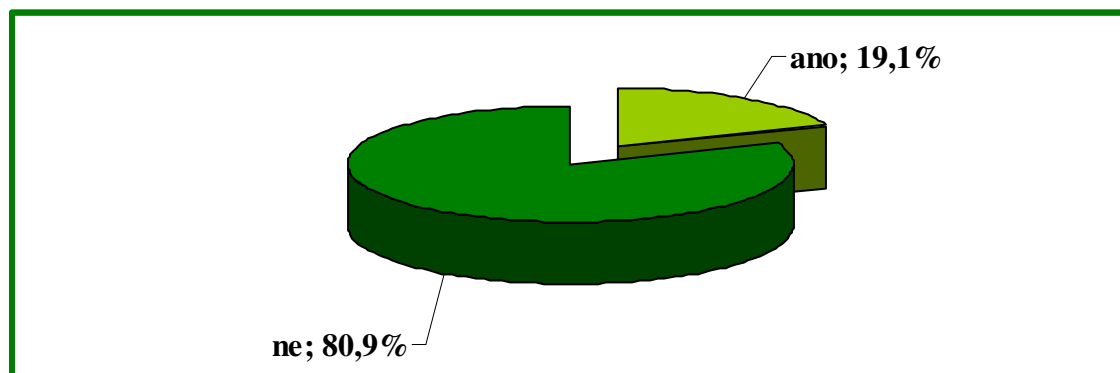
Tab. 5.2: Hodnocené dovednosti u zaměstnanců přijatých z úřadu práce

	Pracovitost	Spolehlivost	Práce v týmu	Praxe	Zkušenosti v oboru
Nejvíce podstatné	70,2 %	69,1 %	36,2 %	21,3 %	27,7 %
Spíše podstatné	16,0 %	14,9 %	28,7 %	37,2 %	38,3 %
Spíše nepodstatné	9,6 %	10,6 %	27,7 %	26,6 %	19,1 %
Nepodstatné	2,1 %	3,2 %	5,3 %	11,7 %	11,7 %
Nevím	2,1 %	2,1 %	2,1 %	3,2 %	3,2 %
Celkem	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Zdroj: vlastní

5.1.11 Využití služeb úřadu práce, resp. rekvalifikace zaměstnanců

Obr. 5.11: Využití služeb úřadu práce, resp. rekvalifikace zaměstnanců



Zdroj: vlastní

Obr. 5.11 znázorňuje využití služeb úřadu práce, resp. rekvalifikace zaměstnanců. Na rekvalifikaci zaměstnanců jsem již narazila v otázce č. 3, kde jsem se respondentů ptala, zda využívají jednu ze služeb úřadu práce, mezi nimiž se nacházela i rekvalifikace zaměstnanců. Tuto otázku jsem respondentům položila znova, abych navázala na následující otázku, resp. abych zjistila, z jakého důvodu využili zaměstnavatelé rekvalifikaci svých zaměstnanců.

Stejně jako u otázky č. 3, se k této službě vyjádřilo 18 zaměstnavatelů, což představuje ve výše uvedeném Obr. 5.14 19,1 % dotazovaných využívajících rekvalifikaci zaměstnanců. Naopak většina z nich, tj. 76 (80,9 %) zaměstnavatelů této služby nikdy nevyužilo.

Následující tabulka znázorňuje využití rekvalifikace zaměstnanců z hlediska formy podnikání.

Tab. 5.3: Využití rekvalifikace zaměstnanců podle formy podnikání

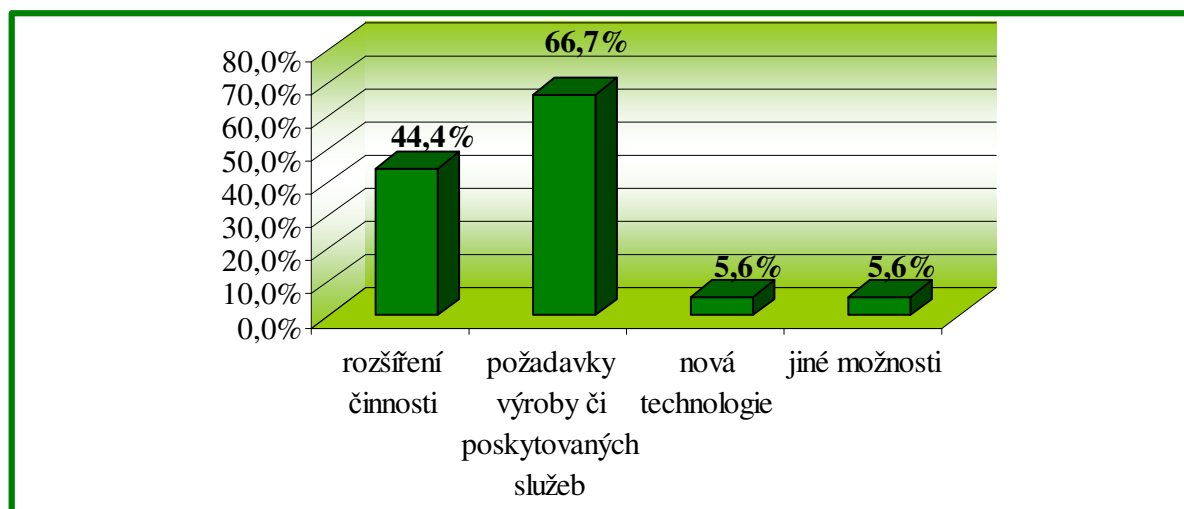
	OSVČ	s. r. o.	a. s. a v. o. s.	*	
Ano	3,2 %	7,4 %	4,3 %	4,3 %	
Ne	19,1 %	41,5 %	10,6 %	9,6 %	
Celkem	22,3 %	48,9 %	14,9 %	13,9 %	100,0 %

* Příspěvková organizace, státní organizace a jiná forma podnikání

Zdroj: vlastní

5.1.12 Důvod využití rekvalifikace zaměstnanců

Obr. 5.12: Důvod využití rekvalifikace zaměstnanců



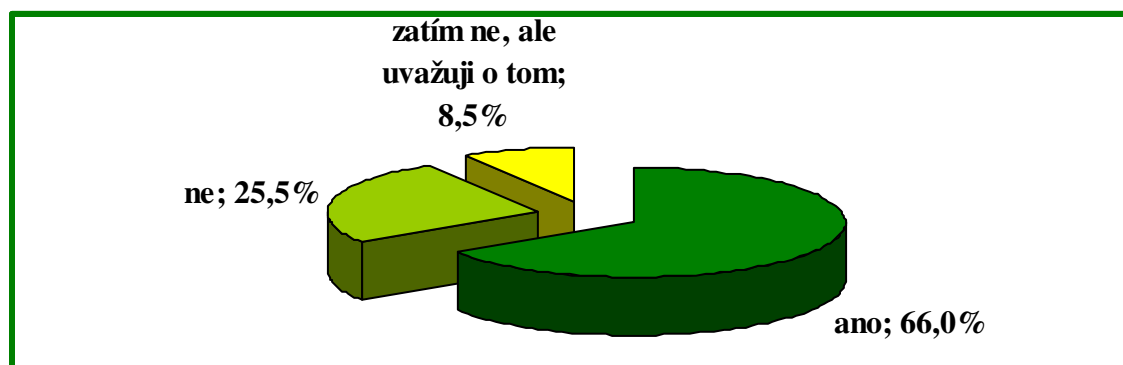
Zdroj: vlastní

Jelikož této otázce předcházela otázka filtrační, která zjišťovala využití rekvalifikace zaměstnanců ÚP, odpovídali jen respondenti, kteří se s touto službou setkali.

Možnosti rozšíření činnosti využilo 44,4 % zaměstnavatelů. 66,7 % dotazovaných rekvalifikovala zaměstnance z důvodu požadavků výroby či poskytovaných služeb. Moderní společnost přináší nové technologie, které nejen že zajistí výkonnější a kvalitnější výrobu, ale také sníží náklady podniku. Výkonnější a tedy i kvalitnější technologie sebou přináší i nové náročnější technologické přístroje a zařízení, které díky rekvalifikaci bude možné obsluhovat.

5.1.13 Nabídka práce čerstvým absolventům škol vedených v evidenci úřadu práce

Obr. 5.13: Nabídka práce čerstvým absolventům škol vedených v evidenci úřadu práce



Zdroj: vlastní

Obr. 5.13 znázorňuje otázku týkající se zaměstnávání čerstvých absolventů škol vedených v evidenci úřadu práce. Zjistila jsem, že zaměstnavatelé rádi využijí znalostí a dovedností čerstvých absolventů, ať už vyučeného, maturanta či diplomanta. I když nemohu porovnávat zkušenosti mladého člověka s někým, kdo má dlouholetou praxi v oboru, ale mohu konstatovat, že mladý člověk přináší s sebou do firmy nejen „mladý“ způsob řízení, ale také novější teoretické znalosti získané ve škole.

Podle průzkumu nabízí práci čerstvým absolventům 66 % zaměstnavatelů, avšak 25,5 % dotazovaných tuto práci nenabízí a 8,5 % respondentů tvrdí, že zatím práci absolventům nenabídlo, ale uvažuje o tom.

Dále jsem zjišťovala, ve kterých oborech je největší zájem o zaměstnávání čerstvých absolventů škol. Těmito obory jsou zdravotnictví, sociální péče a poskytování služeb zákazníkům, včetně rekreačních, kulturních a sportovních činností (12,8 % respondentů) a dále v ostatních podnikatelských činnostech, jako např. bezpečnostní agentury, výroba a montáž PVC oken, textilní výroba, oděvní výroba, výrobní a obchodní činnost a další (rovněž 12,8 % respondentů). Významnými odvětvími je oblast strojírenství, školství, výuky a vzdělání, kde 10,6 % zaměstnavatelů nabídlo práci čerstvým absolventům. Dalšími obory, které by uvítali do kolektivu tyto absolventy, byly finanční zprostředkování a pojišťovnictví, lidské zdroje a personalistika, dále také veřejná správa a obrana. V těchto oborech se jednalo celkem o 8,5 % zaměstnavatelů. Stejný počet zaměstnavatelů se objevil také v zemědělském, lesnickém, mysliveckém odvětví a s nimi souvisejících činnostech.

Tab. 5.5: Zaměstnávání absolventů škol vedených v evidenci ÚP dle oboru podnikání

Variant a	Ano	Ne	Zatím ne, ale uvažuji o tom	Celkem
Odvětví				
Zemědělství, myslivost, lesnictví	8,5 %	1,1 %	2,1 %	11,7 %
Ubytování, hostinská činnost, cestovní ruch	6,4 %	4,3 %	0,0 %	10,7 %
Doprava a související činnost	6,4 %	4,3 %	2,1 %	12,8 %
Finančnictví; personalistika; veřejná správa	8,5 %	5,3 %	2,1 %	15,9 %
Strojírenství; školství, výuka a vzdělání	10,6 %	2,1 %	1,1 %	13,8 %
Zdravotnictví; nákup a prodej, služby	12,8 %	3,2 %	0,0 %	16,0 %
Ostatní podnikatelské činnosti	12,8 %	5,3 %	1,1 %	19,2 %
Celkem				100,0 %

Zdroj: vlastní

5.1.14 Možnosti, které by zaměstnavatelé uvítali jako součást služeb úřadu práce

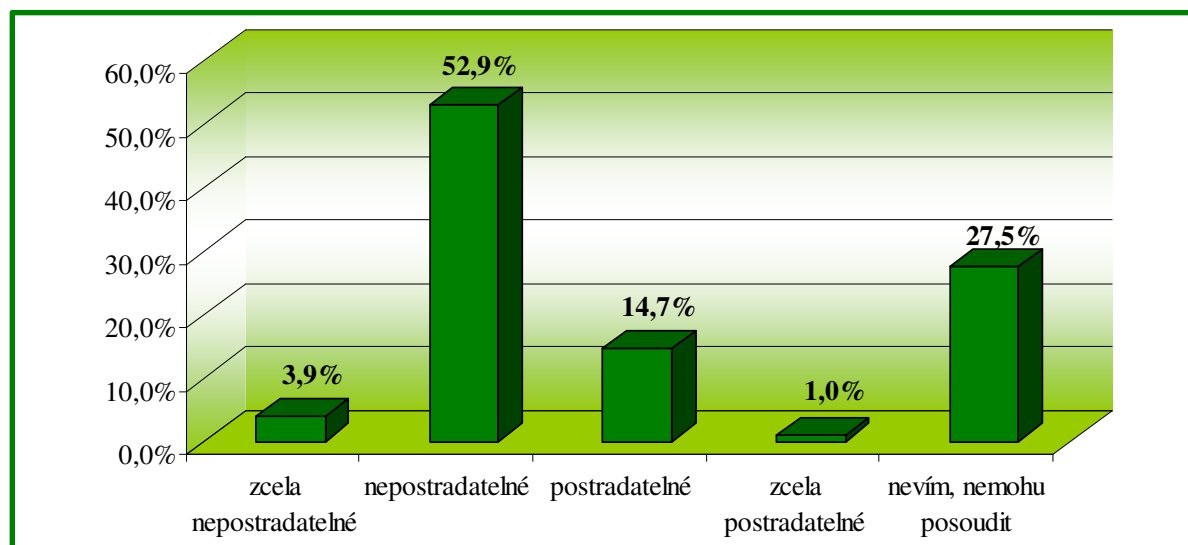
Obr. 5.14: Možnosti, které by zaměstnavatelé uvítali jako součást služeb úřadu práce (viz Příloha č. 5)

Cílem této otázky je zjistit, které z nabízených služeb by zaměstnavatelé uvítali jako součást poskytovaných činností ÚP.

Zajištění krátkodobých externích pracovních výpomocí by rádo uvítalo 62,8 % zaměstnavatelů, organizaci nebo provedení výběrových řízení 20,2 % a informace z trhu práce by vyhovovaly 30,9 % dotazovaných. 16,0 % zaměstnavatelům vyhovuje současná činnost ÚP, tudíž žádnou novou činnost úřadu práce nevyžadují.

5.1.15 Postavení úřadu práce na trhu práce v Moravskoslezském kraji

Obr. 5.15: Postavení úřadu práce na trhu práce v Moravskoslezském kraji

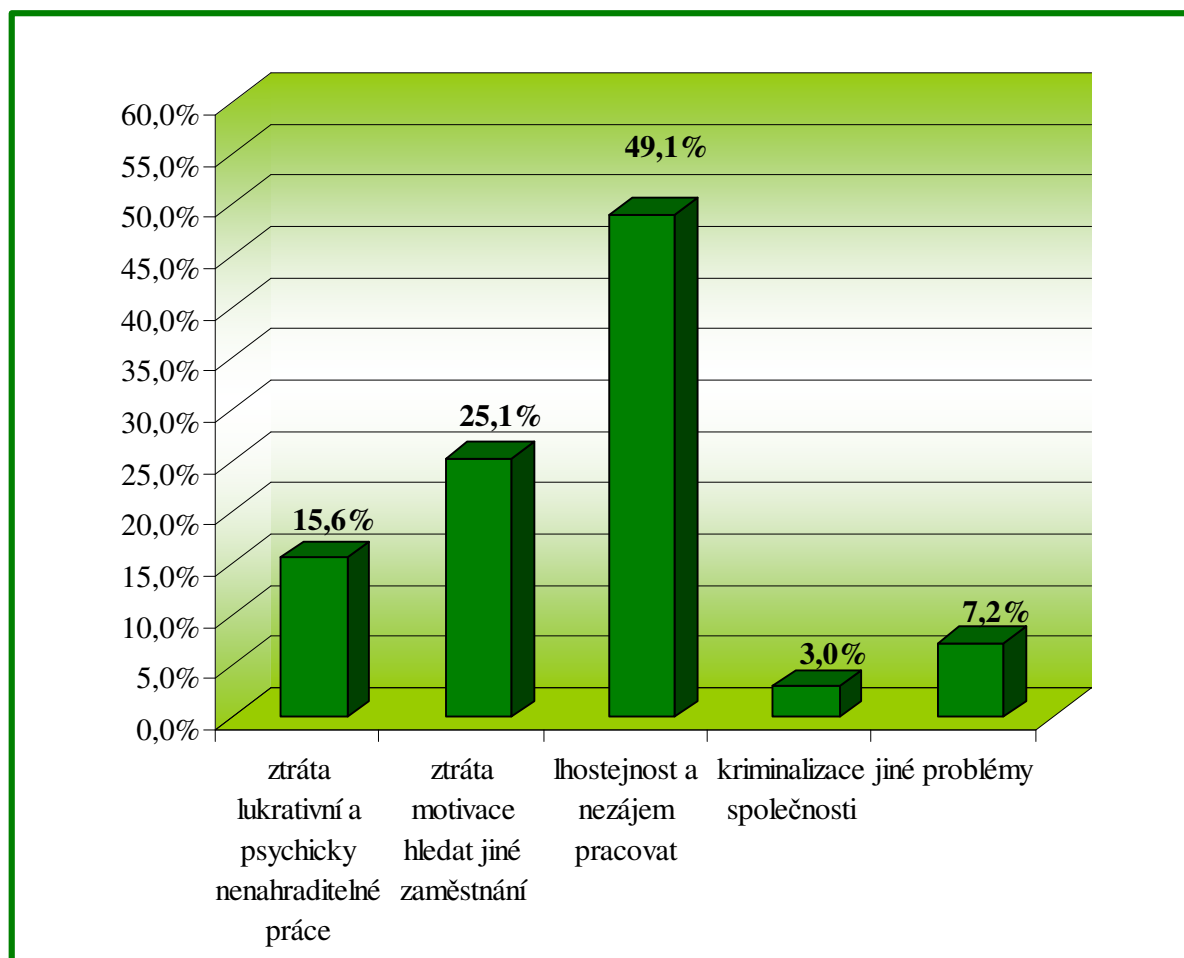


Zdroj: vlastní

V rámci dosavadních výsledků výzkumu jsem zjišťovala, jak jednotliví zaměstnavatelé vnímají postavení ÚP na trhu práce v Moravskoslezském kraji. Zjistila jsem, že 52,9 % zaměstnavatelů považuje postavení ÚP na trhu práce za nepostradatelné a 3,9 % uvedlo, že je zcela nepostradatelné. Nicméně 14,7 % dotazovaných uvedlo, že ÚP je na trhu postradatelný. I když se zdají, tato čísla poměrně malá, jsou velmi významná. Názory jednotlivců jsou velmi rozdílné na postradatelnost ÚP. Mezi důvody této volby patří nesympatie vůči ÚP, nesplnění požadavků či špatná komunikace s ÚP jako celkem, možnou variantou je i nepochopení problematiky ÚP.

5.1.16 Největší problémy rostoucí nezaměstnanosti

Obr. 5.16: Největší problémy rostoucí nezaměstnanosti



Zdroj: vlastní

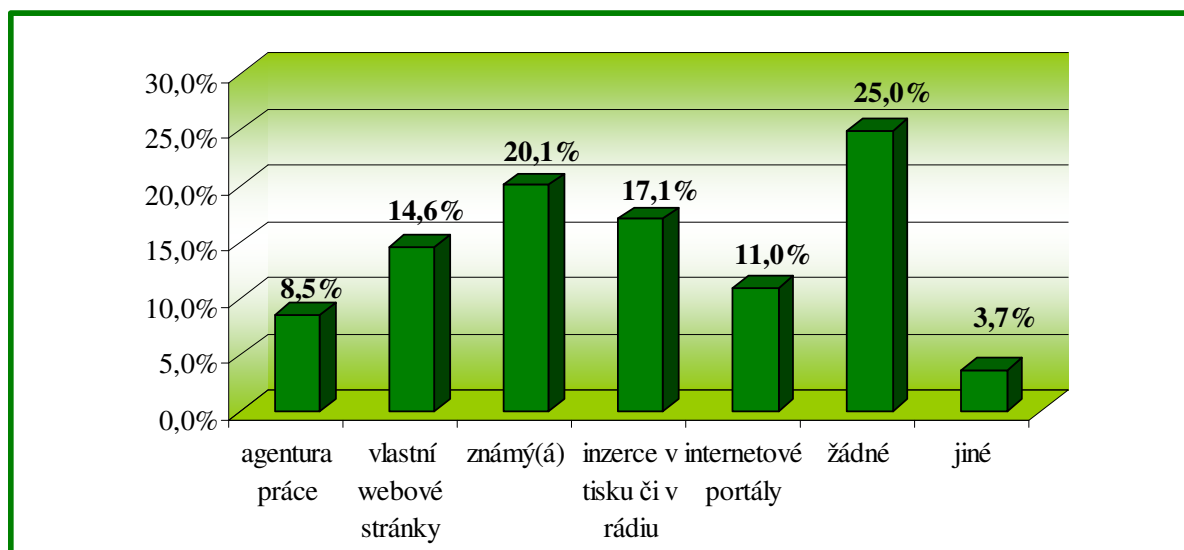
Otázka týkající se problematiky stále rostoucí nezaměstnanosti je v oblasti výzkumu spíše jen otázkou orientační. Cílem této otázky je ovšem zjistit názory jednotlivých zaměstnavatelů na tuto problematiku. Respondenti měli na výběr z 5 možností, z nichž mohli vybrat pouze 2 varianty odpovědí.

Dle průzkumu jsem zjistila, že 49,1 % zaměstnavatelů si myslí, že největším problémem je lhostejnost a nezájem pracovat. Dalším důvodem rostoucí nezaměstnanosti je i ztráta motivace hledat jiné zaměstnání. Tento faktor ohodnotilo 25,1 % dotazovaných. Dále 15,6 % zaměstnavatelů uvedlo, že možným důvodem je ztráta lukrativní a psychicky nenahraditelné práce. Kromě toho se ve výsledcích objevila také kriminalizace společnosti, tento jev označily pouze 3,0 % zaměstnavatelů. Vzhledem k současné ekonomické situaci se mnoho zaměstnavatelů vyjádřilo vlastním názorem na danou problematiku. Jednalo se 7,2 %

respondentů, jež v důvodech rostoucí nezaměstnanosti viděli světovou hospodářskou krizi, špatné ekonomické a politické podmínky poskytované státními institucemi, samotnou politickou situací, pokles výroby, resp. poskytování a získání zakázek, a hodnocení zaměstnanců svými zaměstnavateli, resp. co se týká platových a výkonnostních podmínek.

5.1.17 Jiné způsoby hledání vhodného zaměstnance

Obr. 5.17: Jiné způsoby hledání vhodného zaměstnance



Zdroj: vlastní

Otázkou č. 17 jsem zjišťovala, kterého jiného způsobu využívá zaměstnavatel při hledání vhodného zaměstnance. Z Obr. 5.17 lze vyčíst, že 25,0 % zaměstnavatelů při hledání vhodného kandidáta na určitou pozici nevyužívá žádné organizace či firmy. V tom případě mohu konstatovat, že buď využili služeb ÚP nebo si vhodného zaměstnance hledali sami. Dále z výsledků vyplývá, že 20,1 % respondentů využilo známé(ho), což vyjadřuje neochotu či nedůvěru obrátit se na určitou instituci při hledání zaměstnance. Kromě toho 17,1 % dotazovaných využívá inzerce v tisku či v rádiu, 14,6 % používá vlastní webové stránky, dále 11,0 % uvedlo využití internetových portálů jako např. www.jobs.cz, www.prace.cz a další. 8,5 % uvedlo jako zprostředkovatele agenturu práce. Mnozí zaměstnavatelé využívají také jiných možností, např.: vývěsky za výlohou, doporučení stávajícími zaměstnanci, prezentačních akcí (např. Veletrh pracovních příležitostí), kolektivní šum nebo hledání budoucích zaměstnanců přímo na středních či vysokých školách s daným zaměřením. Tyto možnosti uvedlo 3,7 % zaměstnavatelů.

5.1.18 Obor podnikání zaměstnavatele

Obr. 5.18: Obor podnikání zaměstnavatele (viz Příloha č. 5)

Otázka vztahující se k oboru (odvětví) jednotlivých zaměstnavatelů patří mezi otázky identifikační, které mají zjistit, které obory a v jaké početnosti se na výzkumu podílely. Na základě výzkumného šetření vyplynulo, že největší podíl ve výzkumu zaujaly ostatní podnikatelské činnosti (18,6 % dotazovaných), mezi které patří např. bezpečností a úklidové agentury, oblast telekomunikací, výrobní a obchodní činnost, gumárenská výroba, textilní výroba, loterie a další již méně často se vyskytující obory činností zaměstnavatelů. 12,7 % respondentů uvedlo obor podnikání strojírenství a s ní související činnosti, dále 11,8 % zaujímala doprava, 10,8 % ubytování, stravování, hostinské činnosti, cestovním ruchu a poskytování služeb zákazníkům, dále shodně 7,8 % se podílely na výzkumu obor podnikání ve veřejné sféře a kromě toho významný podíl má také odvětví stavebnictví. Ostatní obory podnikání zaujímají menší postavení. Jedná se o nákup a prodej zboží (materiálu) a speciální maloobchod se smíšeným zbožím (4,9 %) zdravotnictví a s ní související činnosti (4,9 %) a lidské zdroje a personalistika (4,9 %), dále zemědělství (3,9 %). Posledními obory podnikání jsou školství, výuka a vzdělání (2,9 %) a finanční zprostředkování a pojišťovnictví (2,0 %).

5.1.19 Zaměstnavatel

Obr. 5.19: Zaměstnavatel jako: (viz Příloha č. 5)

Cílem této identifikační otázky bylo zjistit, kolik jednotlivých forem podnikání se podílelo na výzkumu. Největší počet zaměstnavatelů podniká jako společnost s ručením omezeným, což představuje 46,1 % zaměstnavatelů. Další početnou skupinou zaměstnavatelů byly osoby samostatně výdělečně činné (26,5 %) a akciové společnosti (13,7 %). Kromě toho se ve výzkumu objevily také státní organizace (5,9 %), jenž také využívali služeb ÚP. Dále se na dotazování podílely také příspěvkové organizace (3,9 %) a jiné formy podnikání, těmi jsou např. obecně prospěšné společnosti a církevní organizace. Kromě toho se zde objevila také jedna veřejná obchodní společnost. Na výzkumu se nepodílely žádné komanditní společnosti a družstva.

5.2 Vyhodnocení hypotéz

Hypotéza č. 1.: Služeb úřadu práce využilo více než 75 % respondentů.

První hypotéza je orientovaná na zjištění, kolik zaměstnavatelů využívá služeb úřadu práce. Tuto hypotézu mohu jednoznačně potvrdit. Z výsledků výzkumu vyplynulo, že služeb ÚP využívalo 92,2% dotazovaných.

Tab. 5.6: Využití služeb úřadu práce

Odpověď	% respondentů
Ano	92,2 %
Ne	7,8 %
Celkem	100,0 %

Zdroj: vlastní

Hypotéza č. 2.: Alespoň 35 % zaměstnavatelů je spokojených se službami, které jim úřad práce poskytuje.

Obr. 5.20: Spokojenost se službami ÚP (viz Příloha č. 6)

Hypotéza, která se týkala spokojenosti zaměstnavatelů se službami ÚP, se nepotvrdila. Bylo spokojeno mnohem menší procento dotazovaných, než jsem předpokládala. Na základě otázky č. 7 jsem zkoumala celkovou spokojenost zaměstnavatelů se službami ÚP. Dle výsledků výzkumu jsem zjistila, že pouhých 4,5 % dotazovaných bylo velmi spokojeno a spokojeno 18,2 % respondentů. Naopak velké procento zaměstnavatelů se vyjádřilo, že se k této spokojenosti staví neutrálně (31,8 %), resp. jsou spokojeni i nespokojeni a nebo je nespokojeno (31,8 %). 13,6 % dotazovaných projevilo velkou nespokojenost.

Hypotéza č. 3.: Více než 60 % dotazovaných respondentů se rozhodlo pro spolupráci s úřadem práce z důvodu nenalezení vhodného kandidáta na určitou pozici.

Na základě otázky č. 3 jsem zjišťovala jakých služeb ÚP zaměstnavatelé nejčastěji využívají. Předpokládala jsem, že velké procento zaměstnavatelů bude nejčastěji využívat ÚP při hledání vhodného zaměstnance na určitou pozici. 70,2 % dotazovaných tuto hypotézu potvrdilo. Lze tedy konstatovat, že tato služba je z řad služeb ÚP nejčastěji využívaná, avšak

je nutné zmínit, že druhou nejčastější službou bylo nahlášení volného pracovního místa. Uvedlo tak 68,1 % respondentů.

Tab. 5.7: Využívané služby ÚP

	% respondentů
Zprostředkování práce (ZP)	24,5 %
ZP zdravotně a tělesně postiženým	6,4 %
Hledání vhodného zaměstnance na určitou pozici	70,2 %
Nahlášení volného pracovního místa	68,1 %
Rekvalifikace zaměstnanců	19,1 %
Aktivní politika zaměstnanosti	31,9 %
Jiné služby	3,2 %

Zdroj: vlastní

Hypotéza č.4.: Více jak 30 % zaměstnavatelů bylo nespokojeno se zaměstnancem přijatým z ÚP.

Obr. 5.21: Spokojenost se zaměstnancem přijatým z úřadu práce (viz Příloha č. 6)

Poslední hypotéza byla zaměřena na hodnocení faktoru spokojenosti se zaměstnancem přijatým z ÚP. Z výsledků výzkumu vyplynulo, že 43,6 % zaměstnavatelů bylo nespokojeno se zaměstnancem přijatým z ÚP. Tato hypotéza se tedy potvrdila.

5.3 Návrhy a doporučení

Po provedení analýzy a vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření spokojenosti zaměstnavatelů se službami Úřadu práce v Novém Jičíně se zaměřím na zjištěné nedostatky, navrhnou řešení pro odstranění vzniklých nespokojeností a nabídnu doporučení, které by vedly ke zlepšení současného stavu.

Celková spokojenost zaměstnavatelů se službami ÚP vzniká na základě působení mnoha faktorů, které se v procesu poskytování služeb vyskytují. Tato spokojenost je pro ÚP nejdůležitějším faktorem, a proto je nutné věnovat spokojenosti jako celku, ale zároveň i jednotlivým faktorům, zvýšenou pozornost.

Z výsledků výzkumu vyplynulo, že jsou zaměstnavatelé v některých oblastech poskytovaných služeb ÚP nespokojeni a poukazují na nedostatky, které vnímají jako závažné. Nejprve se tedy zaměřím na celkovou spokojenost, prostřednictvím které by měla být navenek utvářena celková image organizace.

Celková spokojenost

Celková spokojenost byla zaměstnavateli hodnocena velice přísně a poukazuje na nedostatky v této oblasti. Zaměstnavatelé byli s touto problematikou spíše spokojeni i nespokojeni (hodnotili tento faktor jako neutrální) nebo byli dokonce nespokojeni. Úroveň uspokojení zaměstnavatelé identifikují v rámci hodnocení všech splněných požadavků a uspokojením ostatních faktorů. I když je celková spokojenost hodnocena nepříznivě, nepřikládají zaměstnavatelé tomuto faktoru vysokou důležitost. V tomto případě je navrhnutí opatření ke snížení nespokojenosti bezpředmětné.

Spokojenost se zaměstnancem přijatým z úřadu práce

Jako nejvíce problémovou oblastí se jeví spokojenost se zaměstnancem přijatým z ÚP. Tento faktor podstatná část dotazovaných hodnotila vyjádřením své nespokojenosti či neutrálním postavením k této problematice. Tato spokojenost se může projevovat několika důvody. Prvním z nich je případ, kdy zaměstnavatel hledá zaměstnance. Stanoví si kritéria pro výběrové řízení a tak očekává maximální spokojenost se zaměstnancem. Avšak toto pravidlo není skutečností. Stane-li se, že zprostředkovatel(ka) práce pošle zaměstnance, který nesplňuje kritéria dané zaměstnavatelem, může to způsobit, že zaměstnavatel se proti tomuto ohradí a projeví svou nespokojenost. V případě, kdy se jedná o pravidelné návštěvy nekvalifikovaných uchazečů o práci na určitou pozici, dochází často k vysoké nespokojenosti a tedy i vyšší pravděpodobnosti využití jiného způsobu výběru pracovníka. Doporučila bych úřadu práce, aby tuto skutečnost nepodceňovali z důvodu vysokého podílu takto hodnotících zaměstnavatelů.

Dále bych navrhovala, aby v případě, že pracovník, který má zájem o pozici, která nekoresponduje s jeho vzděláním či praxí, vést v evidenci uchazečů, popř. v jejich životopisech, jejich zájmy, jenž v případě dlouholetých a praktických dovedností, by mohli budoucímu zaměstnavateli alespoň umožnit reagovat na nabídku ze strany ÚP jako na nabídku atraktivní a nepovažovat jí za nehodnotnou. V případě, že by takové situace i nadále přetrvávaly, vedlo by to ke snížení využívání služeb ÚP a růstu evidovaných osob na ÚP.

Rychlost zprostředkování práce

Nespokojenost se také projevila v rychlosti zprostředkování práce, která je pro mnohé dotazované nepostradatelným faktorem, zejména z důvodu propojení s požadavky výroby, např. aby nedocházelo ke zpoždění výrobního procesu, popř. poskytnutí služby. Názory

jednotlivých zaměstnavatelů byly velmi individuální, nicméně většina zaměstnavatelů se vyjádřila nespokojeně. Lze tedy konstatovat, že téměř polovina respondentů postrádá rychlost a následnou efektivitu ve zprostředkování práce.

Dle názorů zaměstnavatelů je touto příčinou nedokonalé propojení nabídky a poptávky na trhu práce, resp. na úřadech práce. Je však důležité vědět, že v případě, že není požadovaná nabídka na ÚP, není možné rychle a bezprostředně reagovat na poptávku. Navrhovala bych pružnější reakci na požadavky zaměstnavatelů, to ovšem závisí na množství požadavků jednotlivých zaměstnavatelů.

Ochota zaměstnanců úřadu práce

I když výsledky nespokojenosti byly doposud poměrně vysoké, daleko větší procento zaměstnavatelů uvedlo, že je velmi nespokojeno s ochotou zaměstnanců ÚP. I přesto, že se objevili i spokojení respondenti, pozornost by se měla zaměřit na 30,1 % velmi nespokojených zaměstnavatelů oproti 25,2 % spokojených. Procento nespokojených je v tomto případě příliš velké, tudíž jsou zde jisté rezervy. Nespokojenost s tímto faktorem se poté promítá do celkového hodnocení ÚP. Zdůraznila bych, že ochota zaměstnanců značně souvisí s výběrem komunikačního prostředku a také s dosavadní mírou spokojenosti s komunikací se zaměstnanci ÚP. Důvody takového hodnocení zaměstnavatelů mohou být různorodé, mohou se týkat nesplnění požadavků, špatné komunikace se zaměstnanci ÚP či špatné volby komunikačního prostředku. Doporučila bych zde věnovat vyšší pozornost vzájemné komunikaci a prostřednictvím médií rozvíjet vztahy se zaměstnavateli.

Informace ze strany úřadu práce

Díky rozvoji mediálních prostředků je stále více možností jak šířit informace. Z výsledků výzkumu vyplývá, že s tímto faktorem je mnoho zaměstnavatelů spokojeno až velmi spokojeno. Doporučuji tento faktor dále rozvíjet, co se týče informačních technologií, a zejména bych zdůraznila vyšší využití infoservisu dostupného na portálu daného úřadu práce.

Celkové hodnocení důležitosti jednotlivých faktorů úřadu práce

Prostřednictvím osmé otázky bylo v rámci míry spokojenosti zjištěno, jak jsou jednotlivé faktory pro zaměstnavatele důležité. Z výsledků vyplynulo, že největší důraz kladou zaměstnavatelé na ochotu zaměstnanců ze strany ÚP, poté na spokojenost se zaměstnancem přijatým z ÚP a také na informace ze strany ÚP. Těmto faktorům by se měla

věnovat zvýšená pozornost a pravidelně sledovat jejich vývoj v čase prostřednictvím marketingových průzkumů, např. anketa na portálu ÚP.

Komunikace se zaměstnanci úřadu práce

Z výsledků dotazníkového šetření bylo zjištěno, že ke komunikaci se zaměstnanci úřadu práce nemají zaměstnavatelé žádné připomínky, jelikož většina z nich je spokojena. To může být spojeno právě s vhodnou volbou komunikačních prostředků. Převážná většina zaměstnavatelů volí telefonický kontakt s ÚP. Je to rychlá a účinná forma komunikace, která šetří zejména čas, který je pro většinu z nich cenný. Stejně jako u ochoty je nutné i nadále tento faktor rozvíjet a udržovat stále vyšší úroveň komunikace, aby i při sebemenším kontaktu byl zaměstnavatel spokojen.

Rozšíření poskytovaných služeb úřadu práce

I přestože nejvíce dotazovaných využívá převážně ÚP při hledání vhodného zaměstnance na určitou pozici a z důvodu nahlášení volného pracovního místa, měl by se ÚP dále zaměřit na rozšiřování svých činností. Součástí výzkumu byla otázka, jež měla zjistit, které služby by zaměstnavatelé uvítali jako součást poskytovaných služeb. Velké procento dotazovaných by rádo využilo zajištění krátkodobých externích pracovních výpomocí prostřednictvím ÚP, dále by menší část respondentů uvítalo pravidelnější informace z trhu práce, aby dokázali odhadnout vývoj nabídky a poptávky na trhu práce a zajistili snadný průběh výrobního procesu, popř. poskytované služby.

Z výsledků výzkumu vyplynulo, že ÚP většinou splnil požadavek daný zaměstnavatelem. Nicméně téměř 20 % zaměstnavatelů potvrdilo, že jim tento požadavek nebyl splněn. I přesto bych však vedení úřadu práce doporučila, aby toto byť malé procento, v porovnání se spokojenými zaměstnavateli, nepodceňovali a pokusili se zjistit, ve kterých oblastech k neuspokojení docházelo a co v nejkratší době tyto nedostatky odstranili. Měli by tedy zjistit, zda je to způsobeno nespokojeností s přijatým zaměstnancem z úřadu práce, s rychlostí zprostředkování práce, s nevyhovující či nedostatečnou rekvalifikací zaměstnanců nebo kvůli nedostatečným časovým a finančním úsporám. Nespokojení zákazníci by tak mohli šířit nepříznivé preference o organizaci a tím ovlivnit prozatím nerozhodnuté potencionální zaměstnavatele ve využití služeb úřadu práce.

Frekvence využívání spolupráce zaměstnavatelů s ÚP v Novém Jičíně je velmi rozdílná. Zaměstnavatel využívá služeb ÚP nejčastěji jedenkrát měsíčně, avšak využívání

služeb klesá a roste počet zaměstnavatelů, kteří aktivně využívají jiných organizací, popřípadě dalších forem zprostředkování práce, zejména mediálních či tištěných forem prezentace, tj. inzerce v tisku či v rádiu nebo prostřednictvím známé(ho). Rostoucím trendem v posledních letech jsou služby agentur práce. Ty, i když nejsou přímou konkurencí ÚP, se mnohem lépe dokáží přizpůsobit podmínkám zaměstnavatelů při výběru uchazeče o zaměstnání.

Podle výsledků výzkumu se v rámci struktury služeb v oblasti zaměstnanosti jeví úřad práce zaměstnavatelům jako nepostradatelná organizace. Avšak stejný názor nezastával každý zaměstnavatel. Někteří se totiž k této problematice vyjádřili neutrálně, jelikož si netroufli se laicky vyjádřit o jeho postavení. Jak jsem již zmínila, celkovou image organizace utváří celková spokojenost s ÚP. Je tedy nutné jednotlivé úrovně v organizaci propojit na takovou úroveň, aby zaměstnavatel měl možnost se v případě vzniklých problémů na koho obrátit.

Závěrem Úřadu práce v Novém Jičíně navrhuji zřízení na portálu MPSV Úřadu práce v Novém Jičíně sekce „Názory a připomínky“, prostřednictvím které budou mít zaměstnavatelé možnost zhodnotit chod ÚP, průběh činností a služeb a zároveň vyjádřit svou spokojenost či nespokojenost s určitým faktorem.

Rovněž doporučuji, aby ÚP v budoucnosti prováděl pravidelné výzkumné šetření na spokojenost s jednotlivými službami ÚP. To by mohlo vést nejen k silnějšímu upevňování postavení na trhu práce, ale zároveň by docházelo společně se zvýšenou spokojeností ke zvýšení podílu využívání jednotlivých služeb.

6 Závěr

Spokojenost se službami má v dnešní době velmi významné postavení, především ve sféře veřejných služeb. Úřad práce je stejně jako soukromý sektor obklopen veřejností, se kterou musí udržovat dobré vztahy. Spokojení zaměstnavatelé tak upevňují postavení úřadu práce na trhu práce a ovlivňují podíl využívaných služeb této veřejné organizace.

Cílem mé bakalářské práce bylo zjistit spokojenost zaměstnavatelů se službami Úřadu práce v Novém Jičíně. Dále na základě provedeného výzkumu určit faktory, které zaměstnavatelé považují za nedostatečné a projeví u těchto faktorů nespokojenost.

Bakalářská práce byla rozdělena na dvě hlavní části, na část teoretickou a praktickou. Teoretická část zahrnuje charakteristiku Úřadu práce v Novém Jičíně a teoretická východiska měření spokojenosti zaměstnavatelů. Praktická část je zaměřena na průběh marketingového výzkumu, analýzu a vyhodnocení zjištěných dat a následné návrhy a doporučení na odstranění příčin nespokojenosti zaměstnavatelů.

Výsledky marketingového výzkumu vyšly pro Úřad práce v Novém Jičíně nepříliš příznivě. Stále mnoho zaměstnavatelů využívá služeb úřadu práce, avšak s těmito službami nejsou příliš spokojeni. Nejvíce nespokojených zaměstnavatelů se objevilo právě v oblasti spokojenosti se zaměstnancem přijatým z úřadu práce, dále také s rychlostí zprostředkování práce a také s ochotou zaměstnanců na úřadu práce.

Na základě výsledků výzkumu jsem navrhla Úřadu práce v Novém Jičíně řešení, prostřednictvím kterých by se snížila dosavadní nespokojenost v určitých oblastech, zlepšila se spolupráce mezi úřadem práce a zaměstnavateli a naopak udržovali stávající hladinu spokojenosti u faktorů, které dotazovaní hodnotili pozitivně.

Postavení úřadu práce na trhu práce je nepostradatelné z hlediska usměrňování nabídky práce a poptávky po práci. Prostřednictvím úřadu práce dochází k udržení životního standardu každého jedince ve společnosti, dostane-li se do nesnází. Kromě toho komunikuje se zaměstnavateli a prostřednictvím nabízených služeb jim pomáhá udržovat chod organizace nebo firmy a snižuje tak počet lidí ztrácející motivaci na novou, lepší práci. Sledování spokojenosti se zaměstnavateli hraje tedy důležitou roli pro celou společnost.

Doufám, že výsledky mé bakalářské práce a navrhnutá doporučení budou pro Úřad práce v Novém Jičíně přínosem a usnadní tak spolupráci se zaměstnavateli.

Seznam použité literatury

Knihy

- 1) CLEMENTE, MARK N., *Slovník marketingu*. Přel. V. Jungmann, L. Mohelská. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2004. 378 s. ISBN 80-251-0228-9.
- 2) FORET, Miroslav. *Jak komunikovat se zákazníkem*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2000. 200 s. ISBN 80-7226-292-9.
- 3) HOROVITZ, Jacques. *Jak získat zákazníka. Kvalita služeb*. Přel. P. Toman a P. Novotný. 1. vyd. Praha: Management Press, Ringier ČR, a.s., 1994. 134 s. ISBN 80-85603-45-4.
- 4) HORREL, Ed. *Zákaznická věrnost. Jak zvýšit počet zákazníků a udržet si je*. Přel. J. Kalová. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2007. 152 s. ISBN 978-80-251-1905-1.
- 5) KOTLER, Philip. *Marketing v otázkách a odpovědích*. Přel. J. Kalová. 1. vyd. Brno: CP Books, a.s., 2005. 130 s. ISBN 80-251-0518-0.
- 6) KOTLER, Philip; WONG, Veronica; SAUNDERS, John; ARMSTRONG, Gary. *Moderní marketing. 4. evropské vydání*. Přel. Mgr. J. Langerová, Ing. V. Nový. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 1 048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- 7) KOZEL, Roman a kolektiv. *Moderní marketingový výzkum. Nové trendy. Kvantitativní a kvalitativní metody a techniky. Průběh a organizace. Aplikace v praxi. Přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- 8) KUMAR, Nirmalya. *Marketing jako strategie vedoucí k úspěchu*. Přel. Ing. T. Juppa. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. 240 s. ISBN 978-80-247-2439-3.
- 9) LEHTINEN, Dr. Jarmo R.. *Aktivní CRM – Řízení vztahů se zákazníky*. Přel. Ing. A. Svozilová. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 158 s. ISBN 978-80-247-1814-9.
- 10) NOVÝ, Ivan; PETZOLD, Jörg. *(Ne)spokojený zákazník – náš cíl?! Jak získat zákazníka špičkovými službami*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. 160 s. ISBN 80-247-1321-7.
- 11) SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. *Nákupní chování*. Přel. V. Jungmann. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2004. 633 s. ISBN 80-251-0094-4.
- 12) SIROVÁTKA, Tomáš; MAREŠ, Petr. *Trh práce, nezaměstnanost, sociální politika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2003. 272 s. ISBN 80-210-3048-8.

- 13) SMITH, Paul. *Moderní marketing*. Přel. T. Hlaváč, Z. Strnad. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2000. 518 s. ISBN 80-7226-252-1.
- 14) SPÁČIL, Aleš. *Péče o zákazníky. Co od nás zákazník očekává a jak dosáhnout jeho spokojenosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2003. 116 s. ISBN 80-247-0514-1.
- 15) STORBACKA, Kaj; LEHTINEN, Jarmo R. *Řízení vztahů se zákazníky. Customer Relationship Management*. Přel. B. Sedloňová. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 2002. 168 s. ISBN 80-7169-813-X.
- 16) VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.
- 17) VAŠTÍKOVÁ, Miroslava, JANEČKOVÁ, Lidmila. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, s.r.o., 2001. 180 s. ISBN 80-7169-995-0.

Tištěná periodika

- 18) CHALUPSKÝ, Vladimír; TŮMOVÁ, Miluše. *Výzkum spokojenosti zákazníků v oblasti služeb*. Marketing & Komunikace. 2008, roč. 18, č. 4, s. 9 – 10. ISSN 1211-5622.
- 19) SIMOVÁ, Jozefína. *Koncepce a atributy hodnoty zákazníka v oblasti služeb*. Marketing & Komunikace. 2007, roč. 17, č. 3, s. 4 – 6. ISSN 1211-5622.

Internetové zdroje

- 20) *Evropský sociální fond v ČR*. Integrovaný portál MPSV [online]. 2002 - 2008, [cit. 2009-03-08]. Dostupný z WWW: <<http://portal.mpsv.cz/sz/politikazamest/esf>>.
- 21) *Indexy spotřebitelských cen – inflace (měsíční)*. Český statistický úřad [online]. 2009, [cit. 2009-03-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/kalendar/aktual-isc>>.
- 22) *Institut trhu práce*. Ministerstvo práce a sociálních věcí. [online]. 2009, [cit. 2009-03-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpsv.cz/cs/4626>>.
- 23) *Logo úřadu práce*. Integrovaný portál MPSV [online]. 2002 – 2008, [cit. 2009-03-11]. Dostupný z WWW: <<http://portal.mpsv.cz/sz/download/logo>>.
- 24) *Právní předpisy z oblasti zaměstnanosti*. Integrovaný portál MPSV [online]. 2002-2008, [cit. 2009-03-06]. Dostupný z WWW: <http://portal.mpsv.cz/sz/obecne/prav_predpisy>.
- 25) *Služby a činnosti úřadu práce*. Integrovaný portál MPSV [online]. 2002 – 2008, [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://portal.mpsv.cz/sz/obecne/cinnosti_up>.

- 26) *Výroční zpráva z roku 2006*. Integrovaný portál MPSV [online]. 2002 – 2008, [cit. 2009-03-06]. Dostupný z WWW: <http://portal.mpsv.cz/sz/local/nj_info/sz/zpravy>.
- 27) *Vývoj nezaměstnanosti okresu Nový Jičín v roce 2003 – 2009*. Integrovaný portál MPSV [online]. 2002 – 2008, [cit. 2009-03-07]. Dostupný z WWW: <http://portal.mpsv.cz/sz/local/nj_info/statistiky_nj>.
- 28) *Základní informace pro zaměstnavatele*. Integrovaný portál MPSV [online]. 2005, [cit. 2009-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://portal.mpsv.cz/sz/zamest/zakinf>>.
- 29) *Základní údaje o Úřadu práce v Novém Jičíně*. Integrovaný portál MPSV [online]. 2002 – 2008, [cit. 2009-03-08]. Dostupný z WWW: <http://portal.mpsv.cz/sz/local/nj_info/sz>.
- 30) *Zákon č. 435, 2004 Sb., o nezaměstnanosti*. Integrovaný portál MPSV [online]. 2002 – 2008, [cit. 2009-03-06]. Dostupný z WWW: <http://portal.mpsv.cz/sz/obecne/prav_predpisy/akt_zneni/z_435_2004>.

Jiné zdroje

- 31) Kolektiv autorů Úřadu práce v Novém Jičíně. Činnost úřadu práce. *Úřad práce Nový Jičín*. Prosinec, 2008. Aktualizováno duben, 2007, s. 30.

Seznam zkratk

ACSI	-	Americký přístup měření spokojenosti
apod.	-	a podobně
APZ	-	aktivní politika zaměstnanosti
a. s.	-	akciová společnost
atd.	-	a tak dále
CRM	-	Customer Relationship Management
č.	-	číslo
ČR	-	Česká republika
ČSÚ	-	Český statistický úřad
DPH	-	daň z přidané hodnoty
ECSI	-	Evropský přístup měření spokojenosti
ESF	-	Evropský sociální fond
EU	-	Evropská unie
EURES	-	evropský portál pracovní mobility
HDP	-	hrubý domácí produkt
ITP	-	Institut trhu práce
MO	-	maloobchod
MPSV	-	Ministerstvo práce a sociálních věcí
MŠ	-	Mateřská škola
např.	-	například
Obr.	-	obrázek
OSVČ	-	osoba samostatně výdělečně činná
popř.	-	popřípadě
resp.	-	respektive

Sb.	-	sbírka
s. r. o.	-	společnost s ručením omezeným
Tab.	-	tabulka
tj.	-	to je
tzn.	-	to znamená
ÚP	-	úřad práce
VO	-	velkoobchod
v. o. s.	-	veřejná obchodní společnost
VŠB-TUO	-	Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava
ZP	-	zprostředkování práce
ZŠ	-	Základní škola

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že jeden výtisk diplomové (bakalářské) práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7. května 2009

.....
Petra Pustějovská

Adresa trvalého pobytu studenta:

Hodslavice 510, 742 71 Hodslavice

Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník

Příloha č. 2: Průvodní dopis k dotazníku

Příloha č. 3: Seznam fyzických a právnických osob oslovených při dotazování

Příloha č. 4: Organizační struktura Úřadu práce v Novém Jičíně

Příloha č. 5: Grafické znázornění výsledků výzkumu

Příloha č. 6: Grafické znázornění hypotéz

DOTAZNÍK

Vážená paní / Vážený pane,

jsem studentkou 3. ročníku VŠB-TUO Ekonomické fakulty, oboru Marketing a obchod. Dovoluji si Vás požádat o vyplnění následujících otázek. Tento dotazník je anonymní. Zaručuji Vám, že odpovědi nebudou zneužity. Použiji je jen pro účely vypracování své bakalářské práce. Svou odpověď zakroužkujte, popřípadě vepište svůj názor.

1) Využíval(a) jste někdy služeb úřadu práce?

- a) ano
- b) ne (*při odpovědi „ne“, pokračujte, prosím, otázkou č. 15)*

2) Jak často využíváte služeb poskytnutých úřadem práce?

- a) 1 x měsíčně
- b) vícekrát měsíčně
- c) 1 x za čtvrtletí
- d) vícekrát za čtvrtletí
- e) 1 x za půl rok
- f) vícekrát za půl rok
- g) jinak, prosím, uveďte jak často

3) Kterých služeb jste již v minulosti využili? (*můžete vybrat i více odpovědí*)

- a) zprostředkování práce
- b) zprostředkování práce zdravotně a tělesně postiženým
- c) hledání vhodného zaměstnance na určitou pozici
- d) z důvodu nahlášení volného pracovního místa
- e) rekvalifikace zaměstnanců
- f) aktivní politika zaměstnanosti (tj. poskytnutí dotace)
- g) jiných, uveďte jakých

4) Splnil úřad práce vždy přesně Váš požadavek?

- a) ano, vždy
- b) většinou ano
- c) většinou ne
- d) nikdy
- e) nevím

5) Jak komunikujete s ÚP? (*můžete vybrat i více odpovědí*)

- a) osobně
- b) telefonicky
- c) e-mailem
- d) prostřednictvím internetového portálu portal.mpsv.cz
- e) jinak, prosím, uveďte

6) Prosím, ohodnoťte komunikaci se zaměstnanci úřadu práce?

- a) velmi spokojen(a)
- b) spokojen(a)
- c) ani spokojen(a), ani nespokojen(a)
- d) nespokojen(a)
- e) velmi nespokojen(a)

7) Ohodnoťte na škále od 1 do 5 míru spokojenosti s jednotlivými faktory (1 = velmi spokojen(a), 5 = velmi nespokojen(a)):

	1	2	3	4	5
a) informace ze strany ÚP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ochota zaměstnanců ÚP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) rychlost zprostředkování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) spokojenost se zaměstnancem, který byl přijat z ÚP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) celková spokojenost s ÚP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8) Vyberte 3 pro Vás nejdůležitější faktory a přiřad'te jim 1., 2. a 3. místo.

- a) informace ze strany ÚP
- b) ochota zaměstnanců ÚP
- c) rychlost zprostředkování práce
- d) spokojenost se zaměstnancem, který byl přijat z ÚP
- e) celková spokojenost s ÚP
- f) jiný faktor, prosím, uveďte

9) Z jakého důvodu jste se rozhodli pro výběr zaměstnance z úřadu práce?

- a) úspora času při hledání vhodného zaměstnance
- b) úspora nákladů při hledání vhodného zaměstnance
- c) z důvodu nalezení vhodného kandidáta na určitou pozici
- d) kombinace výše uvedeného
- e) jiný, prosím, uveďte

10) Jak hodnotíte uvedené dovednosti zaměstnanců přijatých z úřadu práce?

	nejvíce podstatné	spíše podstatné	spíše nepodstatné	nepodstatné	nevím
a) pracovitost	1	2	3	4	5
b) spolehlivost	1	2	3	4	5
c) práce v týmu	1	2	3	4	5
d) praxe	1	2	3	4	5
e) zkušenosti v oboru	1	2	3	4	5
f) jiné, prosím, uveďte	1	2	3	4	5

11) Úřad práce nabízí i možnost rekvalifikace zaměstnanců. Využili jste někdy těchto služeb pro své zaměstnance?

- a) ano
- b) ne (při odpovědi „ne“, pokračujte prosím otázkou č. 13)

12) Za jakého důvodu jste využili možnosti své zaměstnance rekvalifikovat?

- a) rozšíření činnosti
- b) požadavky výroby či poskytovaných služeb
- c) nová technologie
- d) jiné, prosím, uveďte jaké

13) Nabízíte práci čerstvým absolventům škol vedených v evidenci úřadu práce?

- a) ano
- b) ne
- c) zatím ne, ale uvažuji o tom

14) Které z uvedených možností byste rádi uvítali jako součást poskytovaných činností úřadu práce? (můžete vybrat i více odpovědí)

- a) zajištění krátkodobých externích pracovních výpomocí
- b) organizace nebo provedení výběrových řízení
- c) informace z trhu práce (analýzy vývoje trhu práce)
- d) žádnou
- e) jiné, prosím, uveďte jaké

15) Jak hodnotíte postavení ÚP na trhu práce v Moravskoslezském kraji?

- a) zcela nepostradatelné
- b) nepostradatelné
- c) postradatelné
- d) zcela postradatelné
- e) nevím, nemohu posoudit

16) Co považujete za největší problém rostoucí nezaměstnanosti? (můžete označit max. 2 odpovědi)

- a) ztráta lukrativní a psychicky nenahraditelné práce
- b) ztráta motivace hledat jiné zaměstnání
- c) lhostejnost a nezájem pracovat
- d) kriminalizace společnosti
- e) jiné, prosím, uveďte

17) V případě, že jste nikdy nevyužili služeb úřadu práce, tak jakých organizací, firem jste využili při hledání vhodného zaměstnance?

- a) agentury práce
- b) prostřednictvím svých webových stránek v sekci „volná pracovní místa“
- c) známé(ho)
- d) využitím inzerce v tisku či v rádiu
- e) prostřednictvím internetových portálů www.jobs.cz, www.prace.cz a další
- f) žádných organizací, firem
- g) jinak, prosím, uveďte

18) V jakém oboru provozujete svou firmu?

.....

19) Jste:

- a) osobou samostatně výdělečně činnou
- b) společnost s ručením omezeným
- c) akciová společnost
- d) veřejná obchodní společnost
- e) komanditní společnost
- f) družstvem
- g) příspěvkovou organizací
- h) státní organizací
- i) jiná forma, uveďte jaká

Děkuji Vám za Vaši trpělivost při vyplňování tohoto dotazníku.

Petra Pustějovská

Příloha č. 2: Průvodní dopis k dotazníku

Vážená paní / Vážený pane,

jmenuji se Petra Pustějovská, je mi 22 let a studuji Vysokou školu báňskou v Ostravě, Ekonomickou fakultu, obor Marketing a obchod. Nyní jsem ve 3. ročníku a věnuji se již své bakalářské práci. Téma mé bakalářské práce je: Měření spokojenosti zaměstnavatelů se službami úřadu práce. Tímto chci zhodnotit Vaše názory na danou problematiku. Jedná se o to, jak jste, jako zaměstnavatelé, spokojeni s činností úřadu práce.

K tématu mé bakalářské práci jsem vytvořila dotazník (viz příloha) a tímto dopisem bych Vás ráda požádala o vyplnění tohoto dotazníku. Dotazník je anonymní a zaručuji Vám, že odpovědi nebudou zneužity. Použiji je jen pro účely vypracování své bakalářské práce.

Vaše odpovědi, názory a připomínky mi opravdu pomohou ke zpracování mé bakalářské práce. Prosím o vyplnění dotazníku a následného poslání zpět na e-mailovou adresu: pustejovska.p@centrum.cz.

V případě jakéhokoliv dotazu, mne můžete kontaktovat na telefonním čísle 728 527 546 či na emailové adrese pustejovska.p@centrum.cz.

Vážím si Vašeho času a doufám, že odpovíte na mou žádost o vyplnění dotazníku. Předem děkuji za Váš čas a trpělivost při vyplňování dotazníku.

S pozdravem

Pustějovská Petra

studentka VŠB-TU Ostrava

Příloha č. 3: Seznam fyzických a právnických osob oslovených při dotazování

č.	Název fyzické či právnické osoby	č.	Název fyzické či právnické osoby
1.	ADESTRA security, s. r. o.	44.	Katastrální úřad pro Moravskoslezský kraj
2.	Agentura OASA, s. r. o.	45.	KON-KYS, s. r. o.
3.	AGIVA Czech, s. r. o.	46.	Kotouč Štramberk, s. r. o.
4.	Anna Krupová	47.	LYRA dekor, s. r. o.
5.	Antonín Brettšnajdr	48.	LYRIX Centrum, s. r. o.
6.	BAMED – Pavel Bajer	49.	Martin Bajer
7.	Bártová Libuše – kovovýroba	50.	Martina Kratochvílová – Dolní Dvůr
8.	BARUM CENTRUM PRAHA, s. r. o.	51.	Medi-Globe, s. r. o.
9.	Behr Ostrava, s. r. o.	52.	MEKO, s. r. o.
10.	BEMPO-S, s. r. o.	53.	Městský úřad Studénka
11.	BVD Brus Jiří	54.	Michal Pavelka
12.	CLEUS NOVA, s. r. o.	55.	Milada Pustějovská
13.	Continental Automotive Systéme Czech Republic, s. r. o.	56.	Miroslav Konečný
14.	Čerpací stanice Bludovice, s. r. o.	57.	Miroslav Rejko
15.	Česká podnikatelská pojišťovna, a. s.	58.	MONTIS Odry, s. r. o.
16.	DBC COATINGS CZECH, s. r. o.	59.	Montis Stav, s. r. o.
17.	Domov Hortenzie, p. o.	60.	MORAVAN, a. s.
18.	Erich Jaeger, s. r. o.	61.	MUDr. Šárka Pekařová
19.	ERLEN, s. r. o.	62.	NOSTA, s. r. o.
20.	FIRE GROUP, s. r. o.	63.	Obec Bernartice nad Odrou
21.	Forman Adamec, a. s.	64.	Obec Hostašovice
22.	FORMPROJEKT, s. r. o.	65.	Obec Jeseník nad Odrou
23.	František Šubrt – kovomontáže	66.	Obec Velké Albrechtice
24.	Frenštátská lesní, a. s.	67.	OPTICS TRADE, s. r. o.
25.	FSM NIKA, s. r. o.	68.	P. M. Consulting Moravia, s. r. o.
26.	FYKONY, s. r. o.	69.	Panthera Group, s. r. o.
27.	GLAS-EUROPLAST, s. r. o.	70.	PELA CZ, a. s.
28.	Grafton Recruitment, s. r. o.	71.	Petr Schindler – VO a MO, s. r. o.
29.	GRASO, a. s.	72.	Pizzerie Bludovice
30.	Helena Němečková	73.	Podané ruce – Projekt OsA, o. p. s.
31.	Horkon, s. r. o.	74.	Podnik živočišné výroby Nový Jičín, a. s.
32.	HPF CLEAN, s. r. o.	75.	PRECISTEC, s. r. o.
33.	CHANCE, a. s.	76.	Radek Beňuš
34.	Charita Studénka	77.	RATO Servis, s. r. o.
35.	iBM Odry, Bosák Milan, Ing.	78.	Restaurace „U Bříz“
36.	IFS, s. r. o.	79.	Roman Holeňa – Restaurace na Fojtství
37.	Infratopení Miloslav Kocián, Topení 3. tisíciletí, s. r. o.	80.	Rozsypal Jiří
38.	Ing. Jan Macháč	81.	Semperflex Optimit, s. r. o.
39.	Ing. Miroslav Lička	82.	Siemens Elektromotory, s. r. o.
40.	Ing. Tomáš Kopřiva	83.	SLUMEKO, s. r. o.
41.	JANE CZ, s. r. o.	84.	SPORT – PARK Nový Jičín, s. r. o.
42.	Jaroslav Fertál	85.	Správa sportovišť Kopřivnice
43.	Jiří Honeš – DVJ	86.	Stanislav Trubianský

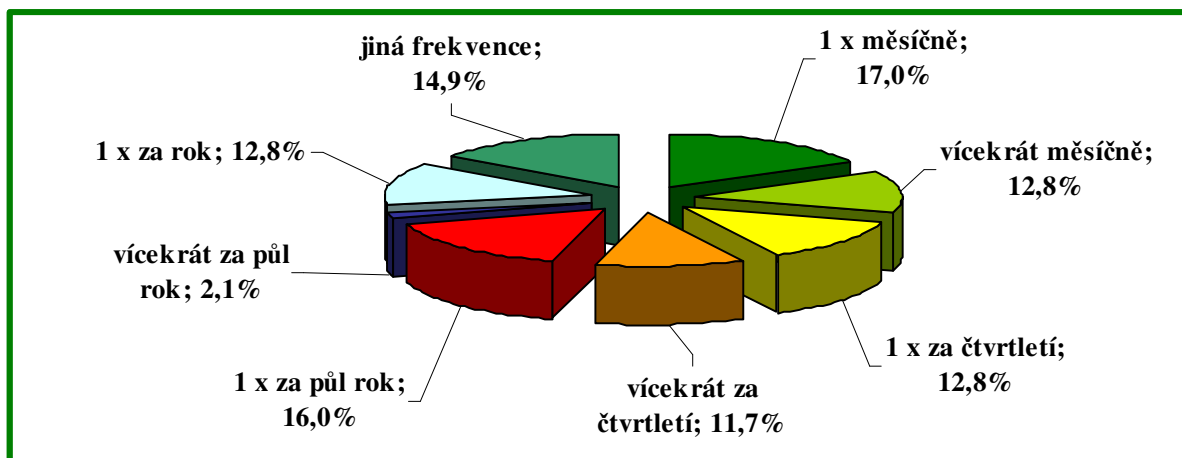
87.	SŠ ekonomicko - podnikatelská Studénka, o. p. s.	95.	TVARSTAV, s. r. o.
88.	SVARMETAL, s. r. o.	96.	UAX, v. o. s.
89.	TATRA, a. s.	97.	Veolia Transport, a. s.
90.	Tesco Stres ČR, a. s.	98.	Visteon – Autopal, s. r. o.
91.	THERAPÓN 98, a. s.	99.	Vítězslava Lebeděvová
92.	Tonak, a. s.	100.	Vladimír Hájek – H+H
93.	TOPITO, s. r. o.	101.	ZŠ a MŠ Nový Jičín, p. o.
94.	TOPTRANS EU, a. s.	102.	ZŠ a MŠ T.G.Masaryka Fulnek, p. o.

Příloha č. 4: Organizační struktura Úřadu práce v Novém Jičíně

Úřad práce v Novém Jičíně

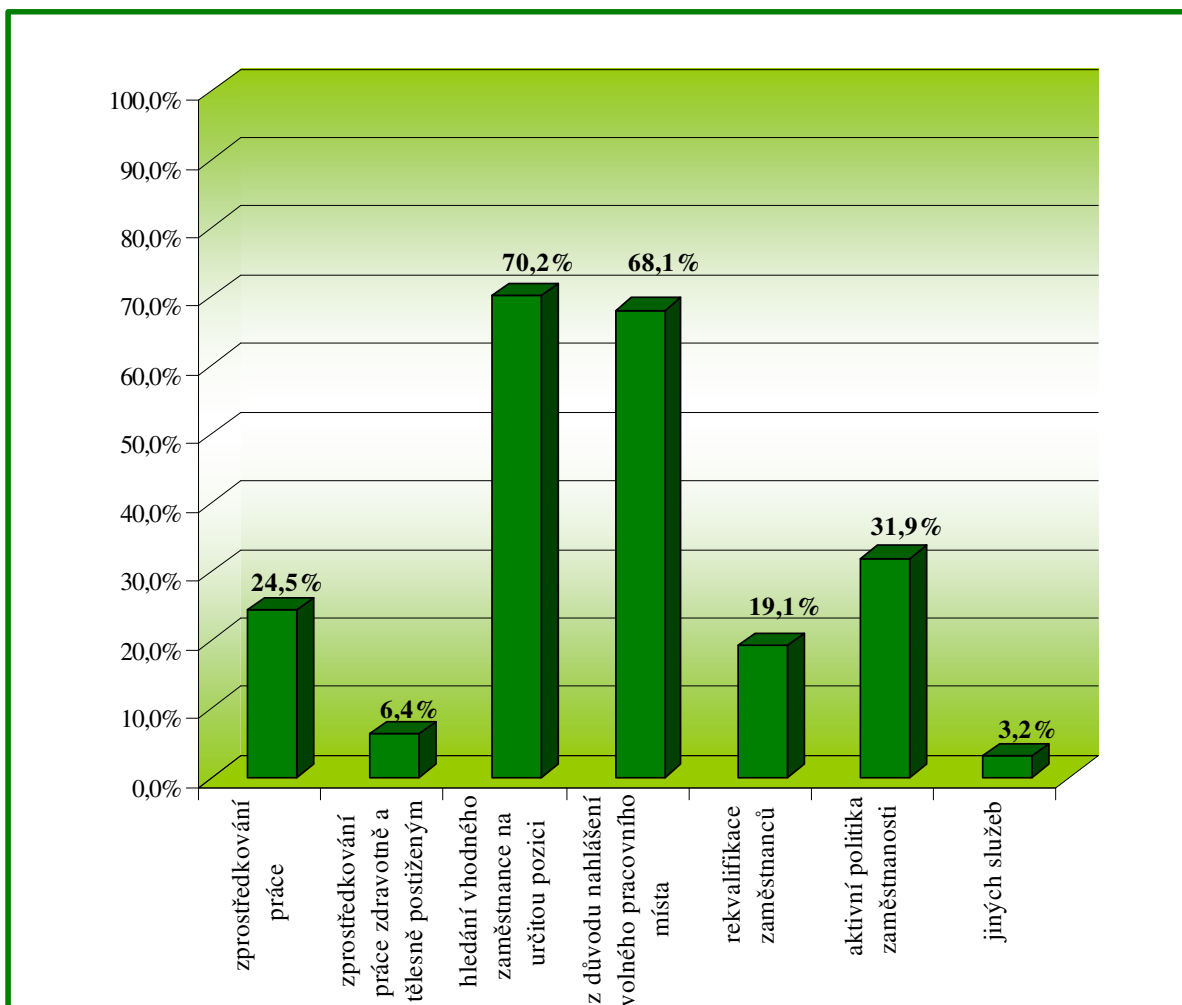
- Odborný personalista
- Interní personalista
- Kancelář úřadu
 - Vedoucí kanceláře úřadu
 - ◆ Ekonomické oddělení
 - Vedoucí ekonomického oddělení
 - ◆ Oddělení hospodářské a vnitřní správy
 - Vedoucí oddělení hospodářské a vnitřní správy
 - ◆ Oddělení informatiky
 - Vedoucí oddělení informatiky
- Odbor poradenství pro zprostředkování a speciálního poradenství
 - Vedoucí odboru poradenství pro zprostředkování a speciálního poradenství
 - ◆ Psycholog služeb zaměstnanosti
 - ◆ Oddělení speciálního poradenství
 - Vedoucí oddělení speciálního poradenství
 - ◆ Oddělení poradenství pro zprostředkování
 - Vedoucí oddělení poradenství pro zprostředkování
- Oddělení evidence a podpor v nezaměstnanosti
 - Vedoucí oddělení evidence a podpor v nezaměstnanosti
- Odbor trhu práce
 - Vedoucí odboru trhu práce
 - ◆ Oddělení aktivní politiky zaměstnanosti
 - Vedoucí oddělení aktivní politiky zaměstnanosti
 - ◆ Oddělení trhu práce
 - Vedoucí oddělení trhu práce
- Oddělení kontrolně-právní
 - Vedoucí oddělení kontrolně-právního
- Oddělení lékařské posudkové služby
 - Vedoucí oddělení lékařské posudkové služby
- Pobočka Bílovec
- Pobočka Frenštát pod Radhoštěm
- Pobočka Kopřivnice
- Pobočka Odry
- Odbor SSP
 - Pověřena vedením odboru SSP
 - ◆ Oddělení KM Kopřivnice a KM Příbor
 - Vedoucí oddělení KM Kopřivnice a KM Příbor
 - ◆ Oddělení KM Odry
 - Vedoucí oddělení KM Odry
 - ◆ Oddělení KM Bílovec a KM Studénka
 - Vedoucí oddělení KM Bílovec a KM Studénka
 - ◆ Oddělení KM Frenštát pod Radhoštěm
 - Vedoucí oddělení KM Frenštát pod Radhoštěm

Obr. 5.2: Frekvence využívání služeb úřadu práce



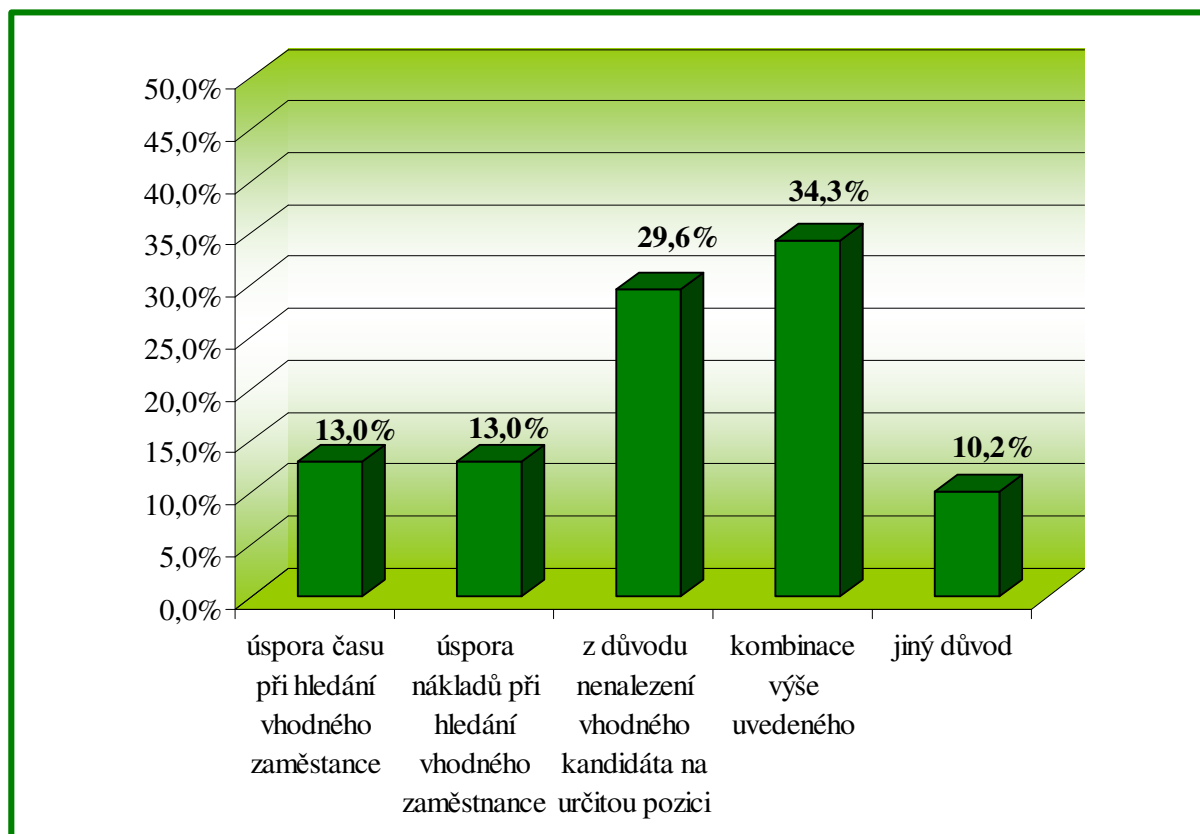
Zdroj: vlastní

Obr. 5.3: Využívané služby úřadu práce



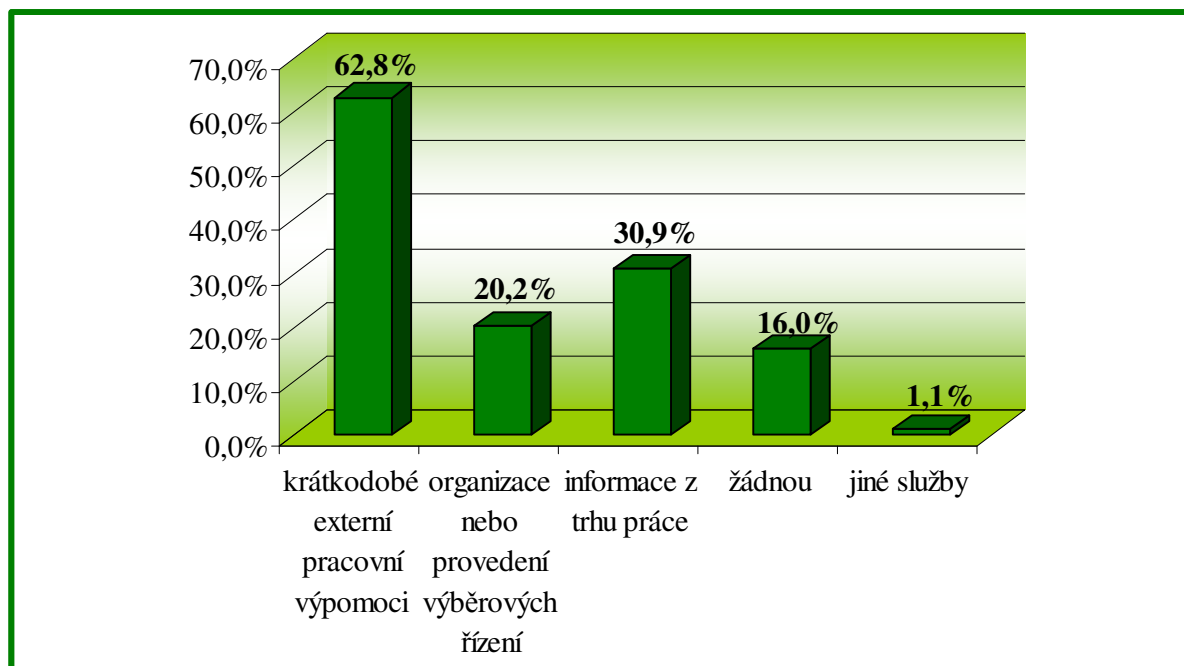
Zdroj: vlastní

Obr. 5.9: Důvod výběru zaměstnance z úřadu práce



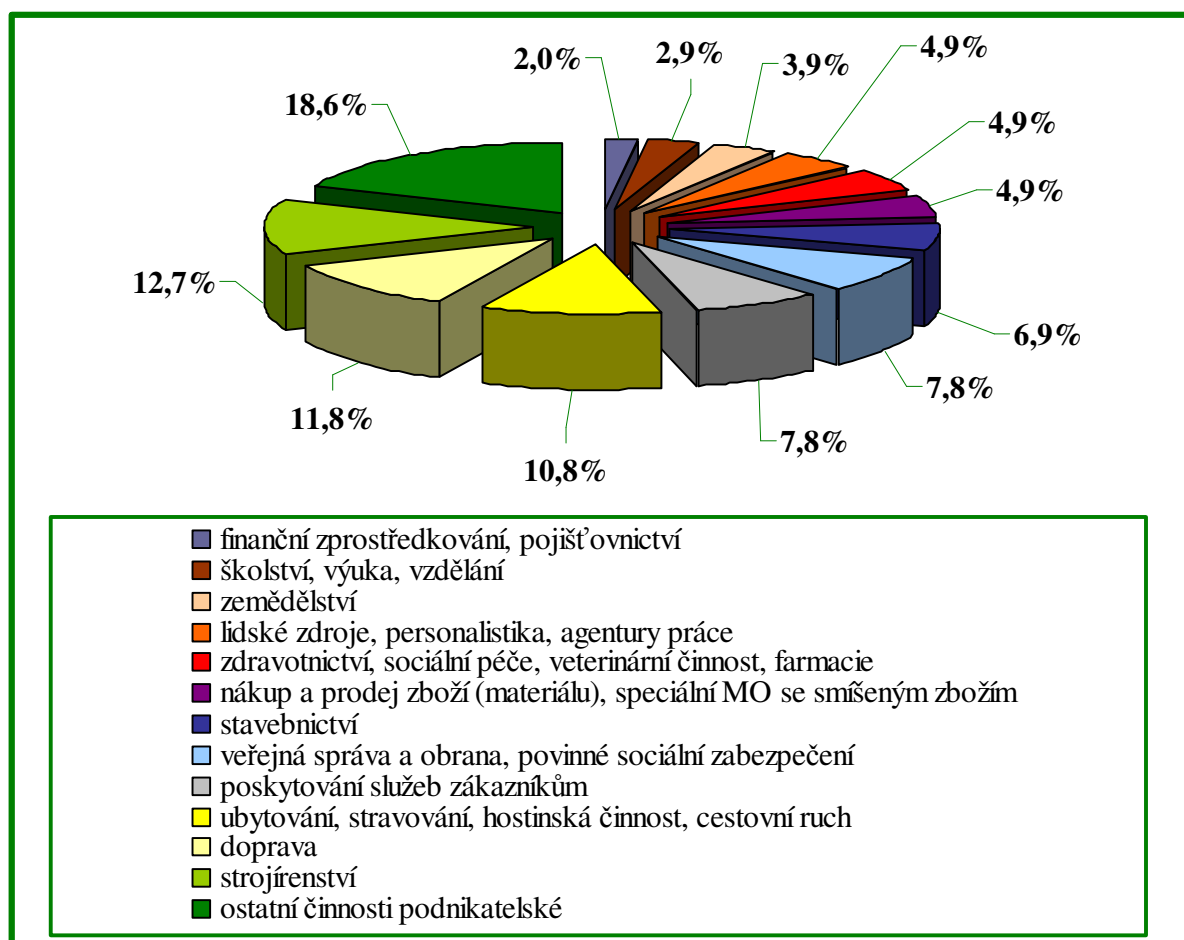
Zdroj: vlastní

Obr. 5.14: Možnosti, které by zaměstnavatelé uvítali jako součást služeb úřadu práce



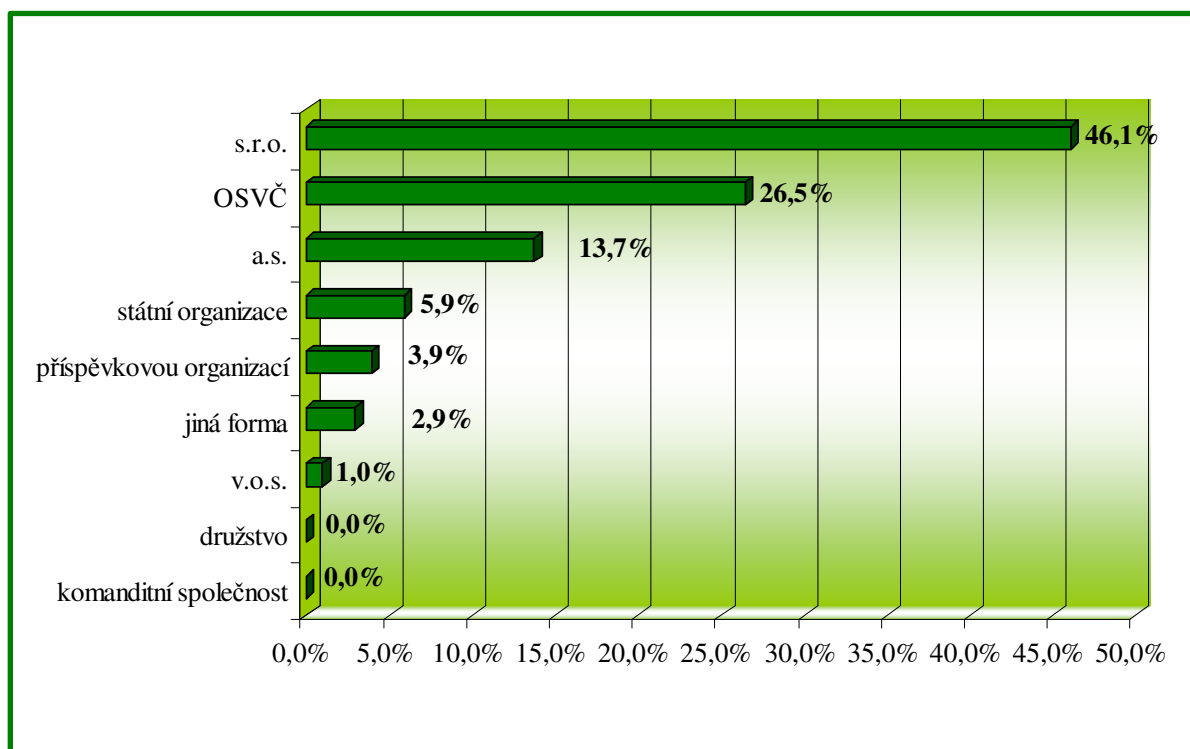
Zdroj: vlastní

Obr. 5.18: Obor podnikání zaměstnavatele



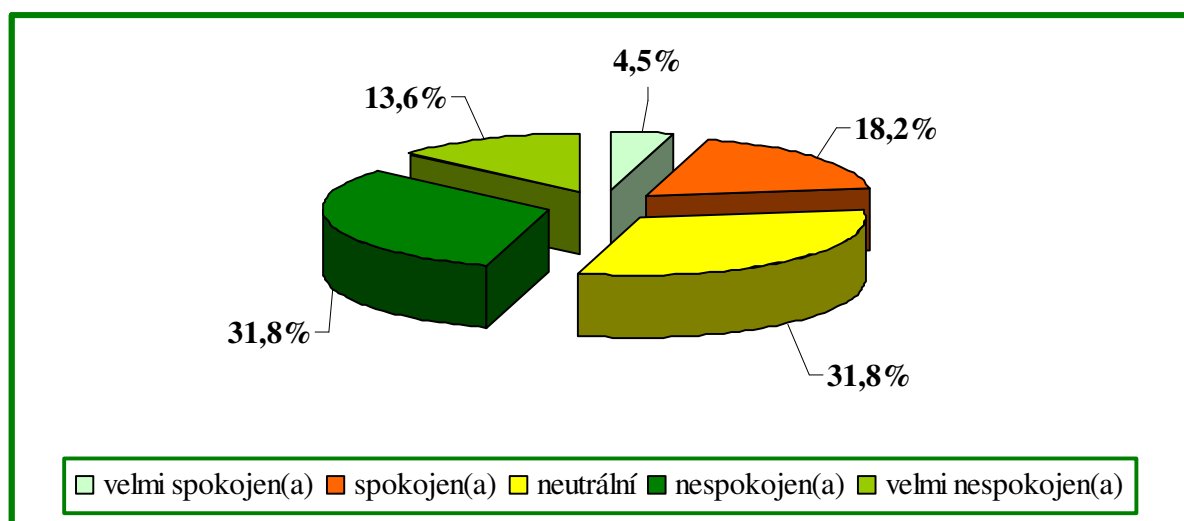
Zdroj: vlastní

Obr. 5.19: Zaměstnavatel jako:



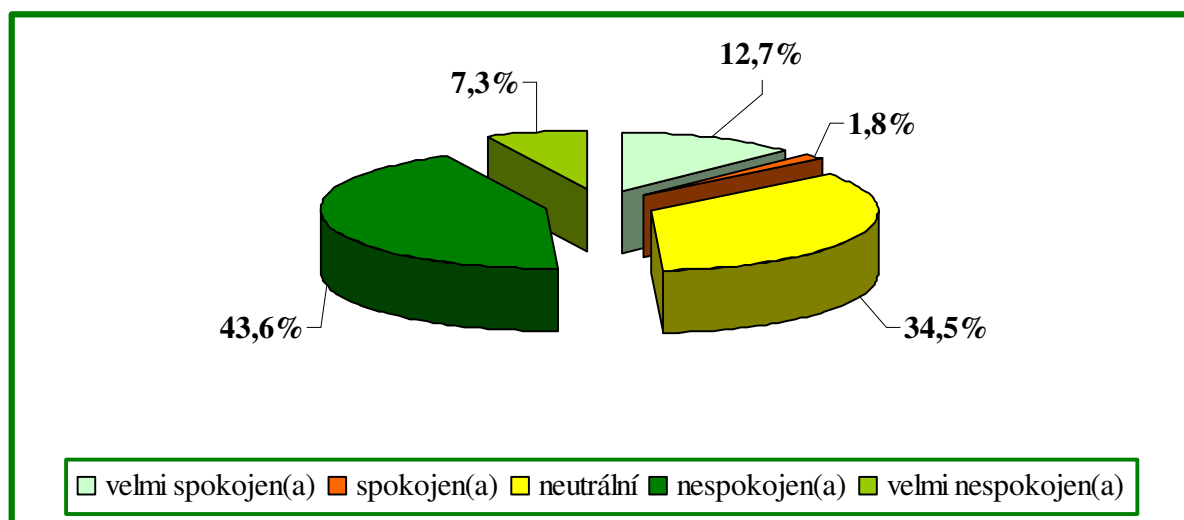
Zdroj: vlastní

Obr. 5.20: Spokojenost se službami ÚP



Zdroj: vlastní

Obr. 5.21: Spokojenost se zaměstnancem přijatým z úřadu práce



Zdroj: vlastní